Nr. 9 | 2015 • 4 Euro

CEMarkt

electro

www.ce-electro.de

Das Business-Magazin für Home & Mobile Electronics

IFA-Hauptausgabe:

Alles, was Sie rund um die Branche wissen müssen

Vax: Exklusive Kooperation mit Euronics | Seite 28-29

Sonderteil: De'Longhi, Braun, Kenwood | Seite I-V

Styling-Produkte von Remington machen den Unterschied | Seite 12

Weltneuheit P.E.P.© von JURA:

Dank Puls-Extraktionsprozess zum perfekten Espresso

Schweizer Innovationskraft auf höchstem Niveau: Mit der Z6 hebt JURA die Kaffeespezialitäten-Vollautomaten auf den nächsten Level. Der Puls-Extraktionsprozess (P.E.P.©) optimiert die Extraktionszeit und garantiert Spezialitäten in höchster Kaffeebar-Qualität. Die Zubereitung von Trendspezialitäten gelingt dank automatischen Umschaltens von Milch auf Milchschaum so leicht wie noch nie. Für kultivierte Funktionalität sorgen der frontale Zugang zu Wassertank, Bohnenbehälter und allen Bedienelementen sowie das Intelligent Water System (I.W.S.®), das den Wasserfilter automatisch erkennt.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED BERLIN, 4–9 SEP 2015

Besuchen Sie uns auf der IFA vom 4. bis 9. September in Halle 2.1 am Stand 202.

www.jura-z6.com

JURA – If you love coffee

Begehrt wie noch nie: Der Beruf des Einzelhandelskaufmanns

Lutz Rossmeisl

Ich bin immer wieder aufs Neue überrascht, wenn ich mich mit jungen Leuten in unserer Branche über ihre Berufswahl unterhalte und dabei feststelle, wie begeistert und engagiert sie bei der Sache sind. Im Gegensatz zur Null-Bock-Generation der frühen 1980er Jahre nehmen die jungen Menschen heutzutage ihre Lebensplanung durchaus ernst und starten mit sehr viel Optimismus und Zuversicht in ihre zukünftige berufliche Laufbahn.

So gestand mir kürzlich im Gespräch ein junger Verkäufer: »Ich bin mit Leib und Seele Einzelhandelskaufmann.« Um ihn ein wenig zu provozieren, wandte ich ein: »Obwohl Sie es den ganzen Tag nur mit Waschmaschinen, Staubsaugern und Kühlschränken zu tun haben?«

»Das ist es ja gerade, was mir Spaß macht«, entgegnete der junge Mann, »Ich habe es in meinem Job mit Produkten zu tun, die inzwischen alle mehr oder weniger smart sind. Können Sie sich das vorstellen: Egal ob Backofen, Waschmaschine oder Kaffeevollautomat: Alles lässt sich per Smartphone oder Tablet über eine App steuern. Aus der Ferne kann man feststellen, was sich noch alles im Kühlschrank befindet. Die Vernetzung ist eine tolle Sache. Und sie hat Zukunft. Gerade in der Weißen Ware. Und das Tollste: Ich konnte eines meiner privaten Hobbys zum Job machen.«

»Aber Kaufmann zu sein bedeutet mehr als nur tolle Produkte zu verkaufen«, wandte ich wiederum ein. »Ja, das weiß ich«, so der junge Mann, »Wenn ich nicht nur Verkäufer, sondern Kaufmann werden will und eines Tages selber junge Leute ausbilden möchte, dann muss ich noch eine ganze Menge lernen. Aber auch das macht mir Spaß, weil ich da eine echte Perspektive sehe.«

Ich war beeindruckt. Inzwischen weiß ich aber: Wie er, so denken auch noch viele andere. Der Handelsverband Deutschland bestätigt dies ebenfalls. Laut Verband ist der Einzelhandel einer der begehrtesten Ausbilder Deutschlands: »Unsere Handelsunternehmen bilden 150.000 junge Leute in mehr als 30 Berufen aus»«, so eine aktuelle Mitteilung des Interessenverbandes. »Mit rund sieben Prozent ist die Ausbildungsquote überdurchschnittlich. Die Berufe Kaufmann/frau und Verkäufer/in gehören zu den beliebtesten Berufen«, wird dort festgestellt.

Damit dies so bleibt, ist viel Engagement im Handel gefordert. Dazu gehört unter anderem auch eine Aufwertung der Berufsausbildung. Denn obwohl die beiden Berufe Verkäufer/in und Kaufmann/-frau im Einzelhandel nach aktuellen Zahlen des Statistischen Bundesamtes 2014 mit die häufigsten Ausbildungsberufe waren, fordert der Handelsverband Deutschland mit Blick auf die Zukunft dringend eine Aufwertung der Berufsausbildung.

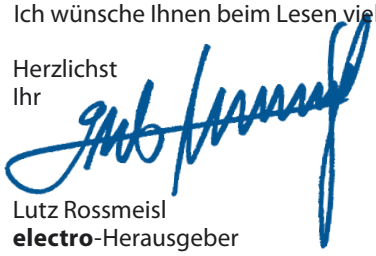
Das heißt: Schulen und Berufsberatung müssen Ausbildung und Studium als gleichwertige Alternativen für eine Karriere darstellen. Ansonsten bekommt der Handel vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und der weiter steigenden Studierneigung nicht mehr ausreichend Auszubildende.

Außerdem müssen neue, moderne und attraktive Berufe geschaffen werden. Der Verband hat schon mal den neuen Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce vorgeschlagen. Ich finde, dass dies keine schlechte Idee ist. Genau so wichtig halte ich aber auch die Weiterbildung im Einzelhandel und zitiere dabei gerne den HDE-Geschäftsführer Wilfried Malcher, der sagte: »Grundlage für eine erfolgreiche Weiterbildung im Handel bleibt die gute Berufsausbildung in der Branche. Ausbildung ist für die Branche ein unverzichtbarer Teil der Rekrutierung von Fach- und Führungskräften.«

Lassen Sie mich deshalb zum Schluss sagen: Wenn sich auch weiterhin junge Leute »mit Leib und Seele« dem Beruf des Einzelhandelskaufmanns verschreiben und wenn es auf diese Weise gelingt, auch weiterhin qualifizierte Fach- und Führungskräfte zu rekrutieren – dann ist mir um die Zukunft der Branche nicht bange.

Jetzt geht es erst einmal mit Volldampf auf die IFA nach Berlin. Hier erfahren Sie alles, was für Sie als Händler wichtig ist. Einen kleinen Vorgeschmack erhalten Sie bereits mit dieser **electro**-Ausgabe, die voll und ganz im Zeichen der Messe steht. Ich wünsche Ihnen beim Lesen viel Spaß!

Herzlichst
Ihr



Lutz Rossmeisl
electro-Herausgeber

INHALT

Editorial & Inhalt • News	3
News: Aktuelles aus der Branche	4
Ritter: Filterkaffeemaschine • **Unold • Toyota**	5
Pro Business: Website für smart devices • Oral-B	6
IFR: Kaffeevollautomaten • **Xavax**	8
IFA: Vielfältiges Angebot • **Area30**	10
Remington: Perfektes Styling	12
Samsung: Crystal Gloss-Serie	14
Bauknecht: Gemeinsame IFA mit Indesit	16
Panasonic: Viele clevere Ideen	17
MO: 25-jähriges Jubiläum • **Expert • Euronics**	18
Jura: Spitzentechnologie trifft auf Topdesign	20
Brita: Wasserpartner auf der IFA	21
Melitta: 50 Jahre Filterkaffee • **Saeco**	22
BWT: Wasser liegt voll im Trend	23
Russell Hobbs: IFA-Neuheiten • **Nespresso**	24
Nivona: Macht Lust auf Kaffee	25
Brita: POS-Aktion • **Petra:** IFA-Weltneuheit	26
Vestel: Zukunftsweisendes Smart Home	27
Vax: Exklusive Kooperation mit Euronics	28-29
BSH: Connectivity ist der IFA-Trend 2015	30
Miele: Inspired by life • **Liebherr**	31
AEG: Ein Plus an Knusprigkeit • **Amica**	32
Beko: Energieeffiziente Hausgeräte • **Grundig**	33
Gorenje: Kollektion »Philippe Starck«• **Stoves**	34
Carrera: Die Tools für den Boost	35
Hisense: Ausbau der Hausgeräte-Sparte	36
WMF: Erweitertes Küchengeräte-Sortiment	37
Pro Business: Die Mitglieder auf der IFA	38-39
Krups: Multifunktionale Küchenmaschine	40
Caso: Neues Standkonzept • Jupiter • Kitchen Aid	41
Beurer: Aktivitätsuhr • **Soehnle • Babyliss**	42
Panasonic: Neues IPL-Gerät • **Philips**	43
Medisana: Markenbotschafter Lichter • **Wahl**	44
Boneco: Produkte zur Luftbehandlung	45
Sebo: Neue Kampagne • Wessel • Robomow	46
Kommentar & Impressum	47
De'Longhi: Erster interaktiver Vollautomat	II-III
Braun: Neue Handmixer und Dampfbügler	IV
Kenwood: Innovation »kCook« auf der IFA	V

GfK Temax

Große Umsatzdynamik bei Elektrokleingeräten

Mit einem Wachstum von 11,3 Prozent zeigte der deutsche Markt für Elektrokleingeräte im zweiten Quartal 2015 erneut große Umsatzdynamik. Die entscheidenden Treiber waren Espresso-Vollautomaten, Handstaubsauger, Standmixer, elektrische Zahnbürsten, Herrenrasierer und Küchenmaschinen. Ebenfalls erfreulich zeigte sich das Wachstum im Bereich der Elektrogroßgeräte.

Metropoleinzelhändler erfolgreich mit Handel 3.0

Die Einzelhandelsbranche steht vor einer großen Herausforderung. Die zunehmende Konkurrenz der Onlineshops und eCommerce-Anbieter bedroht die lokalen Händler vor Ort. Obwohl persönlicher Service und fachmännische Beratung durch Mitarbeiter nie komplett durch den Onlinehandel ersetzt werden kann, müssen sich besonders große Ketten auf das digitale Zeitalter, den Handel 3.0, einstellen und eine sogenannte Multi-Channel-Strategie nutzen. Denn rund 86 Prozent der Kunden informieren sich auf mehr als einem Kanal über das gewünschte Produkt, haben somit Einsicht in Erfahrungsberichte und Preisvergleiche.
Und auch die Zahlen sprechen eine eindeutige Sprache: Die Branche der Online- und Versandhändler erzielte 2014 einen Umsatz von rund

André Buddenhagen
Geschäftsführer Elektrogeräte-Fachmarkt Buddenhagen

49 Milliarden Euro, 85 Prozent davon entfielen alleine auf den Onlinehandel. Auch Haushaltsgeräte und Kleinelektronik erfreuen sich dabei einer großen Beliebtheit, da Onlinebestellungen bequem nach Hause geliefert werden und dem Kunden mühsame Transporte ersparen. Der Hamburger Elektrofachmann **André Buddenhagen** hat diesen Trend rechtzeitig erkannt: »Wir passen uns gerne den Wünschen unserer Kunden nach mehr Flexibilität an. Besonders bei Haushaltsgeräten ist unser Lieferservice sehr praktisch. Außerdem gelten bei uns die gleichen Preise – ob online oder im Laden.«
Der Elektrogeräte Fachmarkt Buddenhagen bietet seinen Kunden neben den sechs Filialen in und um Hamburg ebenfalls einen Onlineshop an und folgt somit der Multi-Channel-Strategie. Zusätzlich zu dem umfangreichen Sortiment an Elektro- und Hausgeräten bleibt der bewährte Kundenservice bei Buddenhagen auch im Onlinehandel erhalten: Kunden können ihre Fragen über die Beratungshotline direkt an die Experten richten.

Thomas Meyer übernimmt die Leitung Marketing und Produktmanagement bei Severin

Sascha Steinberg ist ab Oktober für Caso Germany als Leiter Produktmanagement & Marketing tätig

Severin

Thomas Meyer, der bereits seit Januar 2014 als geschäftsführender Gesellschafter bei der Severin Floorcare GmbH tätig ist, übernimmt die Leitung Marketing und Produktmanagement und folgt auf Sascha Steinberg, der das Unternehmen Severin Ende September auf eigenen Wunsch verlassen wird. Mit dieser Personalentscheidung findet ein kontinuierlicher Übergang statt. Meyer kennt aus seinen früheren beruflichen Tätigkeiten die Bereiche Marketing und Produktmanagement bestens und wird neue Impulse durch sein umfangreiches Know-how geben. Bisher war Meyer maßgeblich an der erfolgreichen Markteinführung des hochwertigen Bodenpflegesortiments der Severin Floorcare GmbH beteiligt.

Jura

Jura stellt sein neues Partnernetz vor. Mit der von Grund auf optimierten Plattform hat sich das Angebot für autorisierte Fachhändler noch einmal entscheidend erweitert. Ab sofort gibt es einen integrierten Partnershop mit Bestellmöglichkeit sowie eine deutlich vereinfachte Benutzerführung. Das Spektrum reicht darüber hinaus von aktuellsten Informationen über Produkte und POS-Materialien sowie regelmäßige Updates zur Liefersituation bis hin zu den beliebten Fit for Coffee…-Erlebnis-Seminaren. So sorgt Jura dafür, dass seine Fachhandels-Partner immer auf dem neuesten Stand sind und jetzt noch schnelleren Zugang zu Produkten und allen relevanten Informationen haben. Unter www.jura-partner.de lässt das neue Jura-Partnernetz im Hinblick auf Vollständigkeit und Vielfalt keine Wünsche offen. Der neu integrierte Partnershop ist an sieben Tagen die Woche rund um die Uhr geöffnet und stellt Produkte, Materialien für den POS, Werbemittel und -anzeigenvorlagen sowie themenbezogene Informationen bereit.

Caso

Zur Unterstützung des nachhaltigen Wachstumskurses und weiteren Ausbaus des Produktportfolios von Caso Germany, übernimmt **Sascha Steinberg** zum 1. Oktober die neu geschaffene Stelle des Leiters Produktmanagement & Marketing. Der 34-jährige Steinberg berichtet in seiner neuen Funktion direkt an die beiden geschäftsführenden Gesellschafter **Peter Braukmann** und **Bernd Braukmann**. Der gelernte Betriebswirt war die letzten neun Jahre bei der Severin Elektrogeräte GmbH beschäftigt. »Wir freuen uns, mit Sascha Steinberg einen Branchenkenner bei uns begrüßen zu dürfen, der uns dabei unterstützen wird, den Wachstumskurs des Unternehmens erfolgreich fortzusetzen und unsere ambitionierten Zukunftsziele zu erreichen«, so Peter Braukmann, geschäftsführender Gesellschafter bei Caso.

Miele

Mit seinem Nachhaltigkeitsbericht 2015, den Miele Anfang August online veröffentlichte, betritt der Hausgerätehersteller doppelt Neuland: Dies ist der erste Miele-Bericht, der ausschließlich im Internet erscheint und zudem den Anforderungen des neuen Berichtsstandards G4 folgt. »Damit erfüllt Miele seinen Anspruch auf größtmögliche Transparenz und Genauigkeit in der Berichterstattung», sagte Technik-Geschäftsführer **Dr. Eduard Sailer**. Langlebige Produkte, die Bedeutung von Weiterbildung und Förderung der Mitarbeiter, Umweltschutz in der Produktion sowie der langfristige strategische Planungshorizont des Unternehmens – dies sind wesentliche Aspekte der Nachhaltigkeit bei Miele. Dafür wurde das Gütersloher Familienunternehmen mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2014 ausgezeichnet. »Unser neuer Nachhaltigkeitsbericht gibt Auskunft darüber, wie diese und andere Aspekte bei Miele gelebt und weiterentwickelt werden«, so Dr. Sailer. Obwohl der Energieverbrauch des Unternehmens seit dem Basisjahr 2000 bereits um über 18 Prozent gesenkt wurde, was 57 Prozent weniger CO2-Emissionen entspricht, setzt Miele seine Einsparanstrengungen weiter fort. Bis 2016 sollen die CO2-Emissionen um weitere drei Prozent gesenkt werden. Zu den weiteren Zielen zählen 15 Prozent weniger Mischabfälle und mehr Verwendung von Sekundärrohstoffen.

Für Kreative: »Malen« mit der Nähmaschine

Toyota

Red dot design award 2015 für Oekaki Renaissance

Diese Lifestyle Nähmaschine wurde mit dem red dot design award ausgezeichnet. »Für ihre ungewöhnlich farbenfrohe Gestaltung und die fließende Linienführung, die diese Nähmaschine zum Blickfang machen«, so die Jury, die Produkte für zeitgemäßes Design und Einzigartigkeit auszeichnet. Einzigartig wird die Nähmaschine dank der Oekaki-Taste, die »malen« mit Nadel und Faden ermöglicht, wenn man perfekten Näharbeiten individuelle Einzigartigkeit geben möchte. Die Toyota Oekaki Renaissance ist in den drei Trendfarben rot, mint und schwarz erhältlich. Live und in Action kann man die Oekaki Renaissance auf der IFA erleben.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
Toyota
Halle 8.1/Stand 110

Formschöner Muntermacher

Ritter präsentiert seine erste Filterkaffeemaschine

Weil der klassische Filterkaffee seit einigen Jahren eine Renaissance erlebt, erweitert der in Bayern ansässige Hausgerätehersteller Ritterwerk sein Sortiment um eine Filterkaffeemaschine. Mit der neuen »cafena 5« setzt das Unternehmen sein Produktdesign im Sinne der Bauhaus-Lehre konsequent fort. Und da diese bei Ritter nicht nur für eine reduzierte und zeitlose Formensprache und »made in Germany« steht, sondern auch für Nachhaltigkeit, brüht die »cafena 5« besonders effizient und energiesparend.

Sortimentsergänzung Ritter »cafena 5«

Produktpremiere

Unold-Gerät ist doppelt so schnell wie andere Toaster

Auf der IFA wird Unold dieses Jahr mit einer Weltneuheit aufwarten, denn der neue »Toaster Turbo« röstet Brotscheiben und Brötchen blitzschnell und gilt als einer der schnellsten Toaster weltweit. Möglich wird das durch die von Unold patentierte Turbo-Toast-Funktion. Der gewünschte Röstgrad ist dabei stufenlos einstellbar und das Ergebnis immer überzeugend.

Darüber hinaus präsentiert das Hockenheimer Familienunternehmen in Berlin sein aktuelles Produktportfolio, angefangen bei Elektrokleingeräten rund um die Küche, vom Blitzwasserkocher über die Waffelautomaten bis zu modernen Barbecue- und Grillgeräten sowie Entsafter für die gesunde Ernährung. Aus dem Sortiment Fan+Heat hat Unold seine Standventilatoren und Heizgeräte im Messegepäck, während aus dem Sortiment Care+Style aktuelle Haartrockner, Styler und Rasierer gezeigt werden.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
Unold
Halle 6.1/Stand 110

PRO BUSINESS
ElektroHausgeräte

...eine Initiative europäischer Marken für ElektroHausgeräte

© mozmun - Fotolia.com

• Marken-Kompetenz • Sortiments-Vielfalt • innovative Technologien
• höchster Bedienkomfort • ausgezeichnete Designs
• ertragsorientierte Produkte • Messe-Specials ...und vieles mehr!

THE SHOW MUST GO ON!
Besuchen Sie die Markenprofis in den Hallen
2.1 – 4.1 – 6.1

beurer · cloer · dyson · Fakir HAUSGERÄTE · GRAEF · jura · KÄRCHER · LAURASTAR · Melitta · NIVONA · ROMMELSBACHER · SEVERIN · Steba GERMANY · THOMAS

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
BERLIN, 4–9 SEP 2015
Sehen wir uns?

Erleben Sie Trends, Innovationen, Highlights – perfekt präsentiert auf der IFA Home Appliance 2015. Mehr Infos >

SAVE THE DATE
www.probusiness-elektrohausgeraete.de

Einfach scannen und los geht's Content über Pro Business direkt auf Smartphone oder Tablet

Heinz Werner Ochs
Vorsitzender der
Pro Business
Elektro Hausgeräte eV

Neu zur IFA 2015: »probusiness-aktuell.de«

Markenauftritt der Pro Business ist jetzt optimiert für »smart devices«

Mit der Bewertung der »mobile friendlyness« erhöht Google den Druck auf Unternehmen, die eigene Webseite auch für mobile Geräte zu optimieren. Spätestens jetzt gilt also: Responsive Webdesign ist Pflicht! Auch Pro Business zeigt sich fortschrittlich

Zur IFA realisiert die Marketing-Initiative Pro Business eine zusätzliche Website im Responsive Webdesign für aktuelle Informationen. Egal ob der Online-Zugriff über Desktop, Tablet oder Smartphone erfolgt – die neue Plattform »probusiness-aktuell.de« passt sich der Bildschirmgröße an und ermöglicht so eine optimale Nutzung des Informationsangebotes rund um die an der Weltleitmesse teilnehmenden Mitgliedsfirmen der Marketing-Initiative.

»Im nächsten Step greifen wir die Umstellung unserer bestehenden Website www.probusiness-elektrohausgeraete.de auf Responsive Webdesign an«, so der erste Vorsitzende von Pro Business Heinz Werner Ochs, »und stellen uns damit als Marketing-Initiative auch online den zunehmenden Anforderungen der Internetnutzer, um unseren Mitgliedsfirmen anspruchsvolle und flexible Kommunikationswege im Rahmen der Vereinsaufgaben zu bieten.«

Pro Business auf der IFA

Mit insgesamt 14 seiner Mitglieder kommt die Pro Business dieses Jahr nach Berlin. Es ist schon zu einer Tradition geworden, bei den Messebesuchern unter dem Berliner Funkturm nicht nur mit einem ganzen Bündel innovativer Produktideen und Spitzenleistungen in der Technologie zu punkten, sondern auch Lifestyle Trends bei Elektro-Kleingeräten vorzustellen. Auf den Aktions- und Promotionsflächen werden den Fachbesuchern die Funktionen besonders der Produkt-Neuheiten in Aktion präsentiert und Kostproben in Form frisch zubereiteter Speisen und Getränken angeboten. Diese Mitgliedsfirmen von Pro Business präsentieren ihre bewährten Produkte und viele interessante Innovationen an folgenden Messeständen:

Halle 2.1	**Jura**, Stand 202
Halle 4.1	**Beurer**, Stand 212
Halle 4.1	**Dyson**, Stand 204
Halle 4.1	**Kärcher**, Stand 213
Halle 4.1	**Laurastar**, Stand 209
Halle 4.1	**Melitta**, Stand 208
Halle 4.1	**Rommelsbacher**, Stand 203
Halle 4.1	**Severin**, Stand 205
Halle 4.1	**Steba**, Stand 207
Halle 4.1	**Thomas**, Stand 202/210
Halle 6.1	**Cloer**, Stand 121
Halle 6.1	**Fakir**, Stand 103
Halle 6.1	**Graef**, Stand 101
Halle 6.1	**Nivona**, Stand 104

Oral-B Aktion »Kommt auf den Dreh«

Prominente Unterstützung

Bereits im vergangenen Jahr bekannten sich mehr und mehr Menschen zu den fortschrittlichen elektrischen Zahnbürsten von Oral-B. Darunter auch prominente Gesichter wie die Entertainerin und Oral-B Markenbotschafterin **Barbara Schöneberger**, die ihren Schauspielkollegen **Florian David Fitz** »auf den Dreh« und weg von der Handzahnbürste brachte.

Das erklärte Ziel in diesem Jahr: ganz Deutschland von den Vorteilen der elektrischen Zahnpflege mit oszillierend-rotierendem Putzsystem überzeugen. Deshalb werden die beiden ab Juli 2015 von weiteren bekannten Gesichtern unterstützt: So sprechen sich auch Fußballstar **Lukas Podolski** sowie Model und Multitalent **Anna Maria Damm** sowie der bekannte YouTube-Star **AlexiBexi** für die überlegene Putztechnik aus. Im Rahmen der erweiterten Oral-B Kampagne bringen die namhaften Markenbotschafter den Verbrauchern ab Juli über verschiedene mediale Kanäle das elektrische Zähneputzen näher. Unter dem Motto »Komm auf den Dreh« rufen sie dazu auf, vom manuellen Zähneputzen zur überlegenen 3D-Reinigungstechnologie von Oral-B zu wechseln.

Weg von der Handzahnbürste Lukas Podolski, Anna Maria Damm, Barbara Schöneberger und AlexiBexi

Setzen Sie auf den Trend: Schnell, einfach und gesund kochen.

Mit dem MultiCooker kCook von Kenwood.

In Deutschlands Küchen wird immer mehr selbst gekocht: Gesunde Ernährung und wissen was drin ist stehen im Vordergrund. Aber schnell und unkompliziert muss es sein – da kommt der MultiCooker kCook von Kenwood genau richtig: Schnell und einfach auf Knopfdruck kochen.

Wir unterstützen Ihren Abverkauf mit umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen und PoS-Werbemitteln. Weitere Informationen erhalten Sie von Ihrem De'Longhi Group Bezirksleiter und unter **www.kenwoodworld.de**

- Gesünder kochen
- Schnell & einfach bedienen
- Viele Gerichte
- Inklusive 4 Zubehörteile
- Über 200 Rezepte per App

KENWOOD

Smart Home mit Xavax

Im »Smart Home« geht es zum einen darum, Hausgeräte, Leuchten oder Rolladen bequem über eine App zu steuern, zum anderen aber auch darum, sämtliche Möglichkeiten zu nutzen, täglich teure Energie einzusparen.

In der kalten Jahreszeit schnellen gerade die Heizkosten nach oben, wenn man die Temperatur nicht vernünftig regeln kann. Das muss nicht sein, denn im »Smart Home« Sortiment von Xavax gibt es Funk-Heizkörperregler, mit denen sich die Heizkörper im ganzen Haus bequem von Tablet oder Smartphone

Piktogramm-Übersicht in der Xavax App

aus via App und Bluetooth steuern lassen. Die Funk-Heizkörperregler sind zusätzlich mit einer integrierten Zeitschaltuhr ausgestattet, so dass über die App jederzeit ganz einfach persönliche Verbrauchs- und Sparprofile eingestellt werden können. Hierbei sind vier individuell programmierbare Schaltzeiten pro Wochentag möglich oder auch bis zu acht programmierbare Zeiträume. Das ist dann sinnvoll, wenn der Nutzer beispielsweise verreist ist.

Weitere praktische Produkte in der Smart Home Familie von Xavax sind Funksteckdosen. Diese sind gerade dann sehr hilfreich, wenn es um schwer zugängliche Steckdosen geht. Beispielsweise in Möbelnischen oder zur Weihnachtszeit hinter dem Christbaum. Hier kommt die Funksteckdose zur Anwendung, die einfach als Adapter dazwischen gesteckt wird und dann bequem über ein Smart Device ein- und ausgeschaltet oder auch programmiert werden kann. Die Funksteckdosen ermöglichen manuelles Schalten an der Steckdose und sind auch über die Funktionssperre eine prima Kindersicherung.

Die neue smarte Welt der Hausgerätemarke Xavax können Besucher der IFA 2015 am Messestand von Hama in Halle 10.2 live erleben.

Xavax / Hama
Halle 10.2/
Stand 101

IFR Studie Kaffeevollautomaten

Fachhandel setzt in der Werbung auf hochpreisige Modelle

(kn) Kaffeevollautomaten werden immer smarter. Die Marktforscher von IFR Monitoring haben im Auftrag von **electro** untersucht, wie Fachhandel und Großfläche für diese Geräte werben

Wie **Francesco Donato**, International Account Manager bei IFR Monitoring, betonte, lag der Fokus der Untersuchung auf den vom Handel geschalteten Werbeanzeigen: »Diese beinhalten sowohl Anzeigen in der regionalen sowie bundesweiten Presse, jedoch auch Beilagen und Handzettelwerbungen.« Der Zeitraum der Untersuchung erstreckte sich von Januar 2014 bis Juli 2015.

»Zum Thema Kaffee-Vollautomaten haben wir uns detailliert die Handzettel-Bewerbungen der Händler angeschaut. Insbesondere, um einen Vergleich zwischen 2014 und 2015 durchzuführen«, erklärte der IFR-Manager. »Zunächst wurden die Anteile der unterschiedlichen Kaffeesysteme analysiert. Hierbei ist sehr auffällig, dass sowohl im Fachhandel wie auch in der Großfläche die Vollautomaten weiterhin einen großen Anteil in der Händlerkommunikation erzielen.«

Bei den hochwertigen Premiummodellen hat der Fachhandel (rechter Balken) im Vergleich zur Großfläche (linker Balken) ganz klar die Nase vorn. Im Vergleich zum vergangenen Jahr hat der Fachhandel diesen hohen Anteil in der Preisklasse über 800 Euro sogar noch gesteigert

In diesem Bereich habe im laufenden Jahr 2015 die Großfläche etwas zugenommen. Der Fachhandel war hier stabil. Francesco Donato weiter zum Ergebnis der von **electro** in Auftrag gegebenen Untersuchung: »Beim Fachhandel ist es besonders auffällig, dass Espresso Kapselsysteme zwar abnehmen, Filter-Einzelportionssysteme jedoch weiterhin gut vertreten sind. Der Anteil von traditionellen Filtermaschinen geht im Fachhandel besonders hoch.«

Als Zwischenfazit bleibe festzustellen: Vollautomaten machen den Löwenanteil in der Preiskommunikation des Handels, mit leichtem Zuwachs in der Großfläche.

Zur Untersuchung der Preisentwicklung hat IFR Monitoring die Anteile der Preisbänder bei Vollautomaten etwas detaillierter zusammengefasst. »Hierbei fällt auf, dass der Einstiegsbereich unter 300 Euro weniger stark vom Handel angeboten wird. Insbesondere die Großfläche bewirbt weniger Produkte in diesem Bereich«, so Francesco Donato. »Stärker zunehmend ist der Preisbereich 300 Euro bis 400 Euro. Dieser Bereich nimmt sowohl im Fachhandel wie in der Großfläche gut zu. Im Fachhandel hat sich dies fast verdoppelt. Auffällig ist, dass im Preissegment 400 Euro bis 500 Euro lediglich im Fachhandel die Angebote abnehmen.«

Zunehmend ist laut IFR die Preiskommunikation im Preisbereich 500 Euro bis 600 Euro, mit leicht höherem Zuwachs bei der Großfläche, während in den Segmenten 600 Euro bis 700 Euro und 700 Euro bis 800 Euro der Fachhandel die Angebotskommunikation stark reduziert hat. Im Premiumbereich mit Vollautomaten ab 800 Euro liegt der Untersuchung zufolge der Fachhandel klar vorn. Dieser Bereich ist sehr stark in der Angebotskommunikation angestiegen, während sich die Großfläche hier stark zurückgenommen hat.

Fazit der Untersuchung: »Vollautomaten machen zwar weiterhin den größten Anteil der Angebotskommunikation im Handel aus, es gab jedoch starke Bewegung in der Preisstruktur. Während im Niedrigpreissegment insgesamt eine Rücknahme zu Gunsten des mittleren Einstiegssegments 300 Euro bis 400 Euro festzustellen ist, verfolgen Großfläche und Fachhandel eine unterschiedliche Strategie: Die Großfläche erhöht sehr stark die Angebote in der Mittelklasse, insbesondere im Segment 400 Euro bis 700 Euro, während der Fachhandel neben den 300 Euro bis 400 Euro sehr stark in der Premiumklasse zunimmt.«

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der für **electro** exklusiv durchgeführten IFR Studie, dass der Handel in seiner Werbung nach wie vor sehr stark auf das Segment Kaffee setzt. Er folgt damit einem aktuellen Trend, der auch auf der IFA deutlich erkennbar ist, denn neben den Großgeräten stehen in diesem Jahr selbstverständlich auch wieder die Kleingeräte im Blickpunkt der Messe.

Bauknecht

Mehr als Technik

„Bei Bauknecht sind zarte Dessous in besten Händen.“

NEU

Übertreffen Sie die Erwartungen Ihrer Kunden mit den neuen PremiumCare Waschmaschinen und Wäschetrocknern von Bauknecht. Die extrem schonende PremiumCare Trommel der Waschmaschine und der innovative ZEN-Motor mit Direktantrieb garantieren die **Nr. 1 für beste Wäschpflege[1] – unglaublich leise.** Und das mit **lebenslanger Garantie[2].** Der Wäschetrockner ist dank der großen PremiumCare Trommel und der innovativen 3D AirCare Technologie die **Nr. 1 für sanftes Plegetrocknen[3] – unglaublich schonend.**

So unterstützen wir Sie mit zukunftsweisenden Technologien, ausgezeichnetem Design und lebenslanger Garantie[2] dabei, Ihren Umsatz mit Bauknecht zu steigern. Erfahren Sie mehr unter **www.bauknecht.de**

DESIGN AWARD 2015

DESIGN AWARD 2015

24 HOURS

Life in a day

BESUCHEN SIE UNS VOM 4.9. – 9.9.2015 AUF DER IFA IN BERLIN, HALLE 9, STAND 101.

[1] Test unter führenden europäischen Marken durch die unabhängige schweizerische Swissatest Testmaterialien AG zeigt Bauknecht als bestes Produkt in einem beschleunigten Faser-Alterungstest bei halber Beladung, im Mixprogramm 40 °C oder Vergleichbarem (Test Report Nr. 20141117, Dez 2014). [2] Wir gewähren eine Garantie von 20 Jahren auf den Motor – ausgehend von einer durchschnittlichen Lebensdauer einer Waschmaschine von 10 Jahren. Die lebenslange Garantie wird erst nach der Registrierung wirksam. Die Garantie gilt für ausgewählte PremiumCare Modelle, die am POS mit einem entsprechenden Sticker gekennzeichnet sind. [3] Test unter führenden europäischen Marken durch die schweizerische Swissatest Testmaterialien AG (Test Report Nr. 20130293) zeigt Bauknecht als bestes Produkt in einem beschleunigten Textil-Alterungstest, gemäß der gegebenen Empfehlung zur Beladung in der Bedienungsanleitung, im Mixprogramm oder Vergleichbarem (Stand: Aug 2014). Weiterhin zeigt der Test unter führenden europäischen Marken durch die schweizerische Swissatest Testmaterialien AG (Test Report Nr. 20130292, Mai 2013) Bauknecht als bestes Produkt in Bezug auf das Trockenergebnis trocknerfähiger Wolle, gemäß der gegebenen Beladungsempfehlung für Wolle in der Bedienungsanleitung (Stand August 2014).

Ort: Berlin - Datum: 4. bis 9. September 2015, täglich von 10 bis 18 Uhr

Auf der IFA 2015 wird viel geboten

Die IFA als weltweit führende Messe für Consumer Electronics und Home Appliances findet dieses Jahr wieder im September statt. Zum achten Mal in Folge ist der Bereich der Weißen Ware fester Bestandteil der IFA geworden. Als registrierter Fachbesucher warten hier jede Menge Events und Informationen auf Sie

Das beginnt bei den **IFA-Keynotes** mit Vorträgen von Top-Managern aus unserer Branche, die über aktuelle Trends, Innovationen und weltweit relevante Produktentwicklungen referieren. Wer »up-to-date« bleiben möchte und schon einmal einen Blick in die Zukunft wagt, sollte sich diese Darbietungen nicht entgehen lassen.

Auch die **IFA TecWatch** in der Messehalle 11.1 präsentiert Ideen für die Märkte von morgen. Start-ups als Potential für Wachstum, große und kleine Lösungen für das Internet der Dinge, digitale Medien der nächsten Generation, 3D-Druck im kreativen Bereich, Wearables für Spaß und Gesundheit, Bildung und Ausbildung in der digitalen Welt. Hier findet sich alles von der Smart Home App bis zum digitalen Turnschuh. Die Innovationsbörse der IFA bringt Forschung, junge Unternehmensgründer, Industrie und Handel zusammen – für einen lebendigen Transfer von Wissen, Informationen und Geschäftsideen. 55 Aussteller und Partner aus 15 Nationen, unter anderem USA, Frankreich, Großbritannien, Niederlande, Japan und Israel, bestreiten in diesem Jahr das TecWatch-Programm. Hinzu kommen etwa 50 Start-ups, die ihre Exponate zu Thementagen gruppieren.

Für junge Besucher hält die IFA zahlreiche Aktivitäten bereit. Ob Twittern in der Medienzentrale, Autogrammstunden mit Künstlern der Manga-Szene oder Styling im Spiegelsaal der Wohngemeinschaft – der Jugendbereich der IFA 2015 bietet wieder jede Menge Spaß und Abwechslung und das täglich ab 10 Uhr in der Messehalle 15.2.

Sonderausstellungsbereiche, wie die IFA iZone, das IFA TecWatch, der Reseller Park oder die IFA Fitness & Activity bieten dem IFA-Besucher spannende Einblicke zu aktuellen Trendthemen der IFA. Im Bereich der Human-Telematik werden mit dem Telematik Award 2015 Lösungen aus dem Bereich Smart Home, eHealth- und Telemedizin sowie Systeme beispielsweise für PKW-Flotten ausgezeichnet.

Im Ausstellungsbereich **IFA Fitness & Activity** in Halle 7.2c präsentieren Hersteller ihre neuesten Modelle und Innovationen rund um das Thema »Wearable Devices«, die mit Sensoren und Displays ausgerüstet sind, um beispielsweise die Schrittzahl oder Herzfrequenz zu messen. Besucher können sich über Fitnesstechnologien informieren und die Funktionalitäten der Produkte umfassend testen.

Im Rahmen der IFA werden alle nominierten Produktlösungen des **UX Design Awards** der Öffentlichkeit vorgestellt und bei der UX Design Awards Preisverleihung am 5. September geehrt. Diese Prämierung des Internationalen Design Zentrums Berlin zeichnet herausragendes Design und Nutzerorientierung in elektronischen Produkten, digitalen Anwendungen und Services aus. Alle nominierten Geräte und Services können während der IFA in einer Sonderausstellung in Halle 11.2 besichtigt werden. Die Ausstellung wird begleitet durch Talks und Workshops zum Thema User Experience.

Der **Reseller Park**, erstmalig in Halle 25, ist Networking-Treffpunkt für Entscheidungsträger aus den Produktbereichen Telekommunikation, Mobile, Zubehör, Consumer IT und Smart Home. Hier treffen Reseller, Distributoren, Retail-Einkäufer, OEMs und Händler zusammen, um in separaten, großzügigen Lounge-Bereichen Geschäftsabschlüsse zu verhandeln. Auch ***CE-Markt* electro** ist beim Reseller Park mit von der Partie.

Zum Dritten Mal finden zur IFA 2015 unter dem Motto »Reif für die IFA« Führungen für Besucher im »besten Alter« statt. Die **»Tour 60+«** informiert über alle aktuellen Themen rund um Unterhaltungselektronik und Elektrohausgeräte. Im Rahmen dieser täglich stattfindenden Touren präsentieren IFA-Aussteller ihre Produkte und Neuheiten altersgerecht aufbereitet und beraten interessierte Besucher fachkundig zu Smartphones & Co. Treffpunkt ist der Eingang Süd jeweils um 10 Uhr. Die Tour findet in der Zeit von 10:15 Uhr bis ca. 12:15 Uhr statt. Eine Anmeldung ist erforderlich unter Telefon 0 30 – 37 58 24 42 oder E-Mail an ifa@factory-c.com. Wie im letzten Jahr plant die IFA auch wieder Führungen für gehörlose und sehbehinderte Besucher anzubieten. Diese Rundgänge zeigen Produkte, die insbesondere für diese Menschen interessant sind.

area30
design. kitchen. technics.

Die zentrale Bühne in Löhne für Branchenthemen

Die attraktive Orderfachmesse »area30« am zentral gelegenen Standort in Löhne steht in Synergie zu den Hausmessen der Küchenmöbelindustrie und zu den Messezentren der Wohnmöbelindustrie, die Mitte September ihre Pforten tausenden Besuchern vor allem aus Deutschland, Belgien, Frankreich, den Niederlande, Österreich, Polen oder der Schweiz öffnen.

Auch 2015, einem kleinen Jubiläum der Fachordermesse und deren fünften Geburtstag, zeichnet sich die »area30« durch weiteres Wachstum in qualitativer und quantitativer Sicht aus. Sie ist konstant der Mittelpunkt für das Geschehen rund um das Thema Küche vom 19. bis 24. September. Der Termin passt ideal in den Musterungszyklus der Branche – in der Großregion Westfalen-Lippe und Süd-Niedersachsen bekommen tausende Möbelfachleute aus ganz Europa zu diesem Zeitpunkt Kontakt zu insgesamt 650 Lieferanten und Ausstellern auf den verschiedenen Fach- und Hausmessen. Ein Konzentrationsgrad nach Lokation und Zeitpunkt, der weltweit einzigartig ist.

Für 2015 zeichnet sich ab, dass die »area30« nach nochmaligem Wachstum die attraktivste Veranstaltung wird. Mit über 110 Ausstellern und Marken wird die diesjährige Veranstaltung allein rein zahlenmäßig die größte. Um beim Zahlenwerk zu bleiben: Da Veranstalter Trendfairs wieder alle Vorzüge des flexiblen Messehallen-Temporärsystems nutzt, stehen inklusive zusätzlichen externen Sonderflächen rund 7.400 Quadratmeter Ausstellungsfläche zur Verfügung. Ihre einzigartigen Services, der attraktive Ausstellermix aus Newcomern und gestandenen Marken bzw. Unternehmen sind weitere Pluspunkte, die die Messe über eine »normale« Ordertätigkeit in den Fokus öffentlichen Interesses herausheben.

Die area30 liegt nur wenige Meter neben der Ost-West-Hauptachse Autobahn A30 bzw. Europastraße E30, nahe der BAB-Abfahrt Nr. 30 und mitten im Ortskern von Löhne.

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet als:
BESTES PRODUKT
2015/2016

BRAUN
CareStyle 5

Neu

Ausgezeichnet als das Beste.*

Die iCare Technologie ermöglicht Ihren Kunden schnelleres, einfacheres Bügeln mit integriertem Textilschutz.

Der Plus X Award „Bestes Produkt“ bestätigt: die Dampfbügelstation CareStyle 5 Pro kombiniert exzellente Leistung mit cleveren Eigenschaften und besonderem Design. Die **iCare Technologie** bietet DIE optimale Temperatur für JEDEN Stoff. Mit der Turbo-Funktion bügeln Sie selbst schwerste Stoffe schnell und einfach. Die weltweit erste **Saphir 3D BackGlide Bügelsohle** mit ihrer abgerundeten Form gleitet mühelos über jedes Hindernis in jede Richtung – sogar rückwärts.

Wir unterstützen Ihren Abverkauf mit umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen und PoS-Werbemitteln. Weitere Informationen erhalten Sie von Ihrem De’Longhi Group Bezirksleiter und unter **www.braunhousehold.de**

iCareTec
Integrierter Textilschutz*
* bei Eco und Normal Funktion

Die neue Braun Dampfbügelstation CareStyle 5 Pro mit iCare Technologie. Designed to make a difference.

* Vom Plus X Award ausgezeichnet als das beste Produkt in der Kategorie Dampfbügelstationen.

Schutz für die Haare
Schonend trocknen und stylen mit den neuen PROtect Produkten von Remington

Qualität, die überzeugt

Qualität steht bei Remington an oberster Stelle. Daher kann der Kunde bei einer Online-Registrierung innerhalb von 28 Tagen nach Kauf die Garantie für sein Produkt um jeweils ein Jahr Extra-Garantie verlängern.

Pflegeprodukte für »Sie« und »Ihn«

Perfektes Styling mit Remington

Mit innovativen Lösungen für die Haar- und Gesichtspflege, die die Anwender nicht nur schön, sondern das Leben auch einfacher machen, geht Remington zur IFA in die Produktoffensive

Zu den wichtigsten Styling-Tools vieler Frauen gehören heute Haarglätter, Lockenstab und Haartrockner. Doch oft findet die Beauty-Routine nicht ganz ohne schlechtes Gewissen statt, denn die meisten Frauen wissen, dass sie ihr Haar durch die Hitze strapazieren. Auf das individuelle Styling wollen sie dennoch nicht verzichten und das müssen sie auch nicht, denn Remington bietet jetzt mit der PROtect Serie die ideale Lösung: Durch die innovative HydraCare- und ThermoCare-Technologie ist ein professionelles Styling bei geringer Hitze möglich und Haarschäden werden dadurch deutlich reduziert.

Beim PROtect Haarglätter S8700 als auch beim PROtect Lockenstab CI8725 benetzt die HydraCare-Technologie die Haare während des Stylings mit einem kühlen, feinen Wasserdampf, bevor die einzelnen Strähnen einer Temperatur von 170 Grad Celsius ausgesetzt werden. So werden die Haare besonders schonend gestylt, Haarschäden vermieden und dennoch langanhaltende und professionelle Styling-Ergebnisse erzielt. Zusätzlich sorgt die hochwertige Keramikbeschichtung der beiden Tools dank ihrer edlen Anreicherung mit Keratin, Argan- und Macadamia-Öl für besonders glänzendes und gesund aussehendes Haar. Beim PROtect Haartrockner D8700 kommt die Thermo Care-Technologie zum Einsatz – sie sorgt für ein schnelles Trocknen der Haare mit geringer Hitze und somit deutlich weniger Haarschäden.

Pflege für Männer

Männer brauchen nur Wasser und Seife? Das war einmal! Auch harte Kerle wissen mittlerweile, dass Männerhaut regelmäßige Pflege benötigt, denn schließlich gehört sie zu einem gepflegten Aussehen dazu. Für moderne Männer, die Wert auf eine frische und gesunde Ausstrahlung legen, bringt die Marke Remington jetzt die »RECHARGE« Gesichtsreinigungsbürste FC2000 auf den Markt. Der tiefenreinigende Effekt der Bürste reinigt die Poren, mindert Unreinheiten, sorgt für weiche Bartstoppel und bereitet die Haut optimal auf die Rasur vor. Sie reinigt die Haut innerhalb von 60 Sekunden effektiv und porentief. Der integrierte 1-Minuten-Timer erinnert alle 20 Sekunden in Form eines sanften Impulses daran, die Gesichtszone zu wechseln. So wird kein Bereich des Gesichts bei der täglichen Reinigung vergessen. Außerdem ist die Gesichtsreinigungsbürste abwaschbar und kann daher ganz einfach unter der Dusche verwendet werden. Das spart Zeit und erfordert keine zusätzlichen Schritte in der täglichen Pflege-Routine.

»RECHARGE« FC2000
Gesichtsreinigungsbürste für Männer

Modell HC6550
Vakuum Haarschneider

Mit dem Vakuum Haarschneider HC6550 ergänzt Remington seine bereits bestehende Vakuum-Serie. Er nutzt die Vakuum-Technologie, um lästige Haare beim Schneiden aufzufangen und sorgt so für Sauberkeit im Badezimmer. Die extra große Vakuumkammer saugt dank ihrer starken Saugleistung die geschnittenen Haare sofort ein und lässt sich ganz einfach nach dem Verwenden entleeren. Die titanbeschichteten, selbstschärfenden Klingen sorgen für eine langanhaltende Schneidleistung und die neun verschiedenen Aufsteckkämme ermöglichen es, die Haare auf die jeweils gewünschte Länge zu schneiden. Durch seinen lithiumbetriebenen Akku verfügt der Vakuum Haarschneider HC6550 über 60 Minuten Betriebszeit.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Remington
Halle 3.1/Stand 104

Panasonic

PANASONIC AUTOCARE:
DIE WASCHMASCHINE, DIE MITDENKT.

A+++ Waschmaschine Panasonic NA-148XR1 mit AutoCare.

Bieten Sie Ihren Kunden ein echtes Kaufargument: Denn mit dem AutoCare Programm der NA-148XR1 müssen sie sich für eine perfekte Wäschepflege um nichts mehr kümmern. Dafür sorgen vier intelligente Sensoren, die Ihren Kunden die Auswahl der richtigen Wascheinstellungen abnehmen. Wassermenge, Temperatur, Waschzeit und Schleuderzahl werden von der Waschmaschine automatisch an die jeweilige Waschladung angepasst. Das Ergebnis ist eine schonende und fasertiefe Reinigung, die Wasser und Energie spart. So haben Ihre Kunden lange Freude an ihrer Wäsche und Sie freuen sich über margenstarke Umsätze.

www.panasonic.de

ETM TESTMAGAZIN · URTEIL	
Panasonic NA-148XR1WDE	
GUT	91,0 %
Waschmaschine im Onlinetest www.etm-testmagazin.de	06/2015

Samsung präsentiert auf der IFA 2015 die Crystal Gloss-Serie

Mit den neuen Waschmaschinen und dem Waschtrockner der Crystal Gloss-Serie setzt Samsung smarte Maßstäbe – und die Reinigung läuft bei diesen Geräten wie von selbst

Erinnert sich noch jemand an den Waschtag früherer Zeiten? Da standen Hausfrauen den ganzen Tag mühsam am Zuber, um das bisschen Wäsche sauber zu bekommen. Und wie sieht die Wäschepflege heute aus? Mit den Samsung Schnellläufern der Crystal Gloss-Serie werden verschmutzte Wäschestücke in unter einer Stunde zuverlässig gereinigt. Möglich macht dies die clevere Super Speed-Funktion. Eine spezielle Einsprühtechnik in Kombination mit einer erhöhten Schleuderzahl erledigt die Reinigung von bis zu 20 Hemden oder fünf Kilogramm Wäsche in unter 60 Minuten.

Samsung WW6000
Stilvoll aussehen und extra schnell überzeugende Ergebnisse liefern – die Wäschepflegegeräte der Samsung Crystal Gloss-Serie können beides

Komplizierte Flecken wie Wein und Make-up oder versteckte Flecken durch Schweiß mit einem Tastendruck entfernen? Kein Problem mit der Flecken-Intensiv-Option, die diesen Job per Schaumspülung erledigt. Besonders sanfte Reinigung wertvoller Lieblingsstücke? Mit Samsung SchaumAktiv werden nicht nur Textilien, sondern auch die Umwelt geschont. Sie umhüllt die Textilien mit einem weichen Schaumpolster und sorgt für rückstandsfreie Reinigung. Auch bei niedrigen Temperaturen werden so Kleidung und Umwelt geschont. In diese Kategorie fällt auch die Trommelreinigungs-Funktion: mit ihrer raffinierten Kombination aus Einweichen, Pulsieren und hoher Drehzahl reinigt sie ohne chemische Zusätze sowohl die Waschtrommel als auch die Türdichtung.

So geht Service heute

Komfortabel zeigt sich Smart Check, das vollautomatische System zur Fehlerüberwachung. Es erkennt Fehler frühzeitig und schickt Diagnose und Lösung per App aufs Smartphone. Die Suche nach der Bedienungsanleitung, Hotline-Anrufe, unnötige Reparaturkosten – smarte Samsung Technik macht's überflüssig. So geht Service heute.

Die Waschmaschinen WW90J64 und WW80J64 und der Waschtrockner WD80J64 überzeugen nicht nur mit technischer Ausstattung, sondern sie sorgen mit ihrer ansprechenden und eleganten Optik für ästhetische Highlights im Haushalt. Unverwechselbares Kennzeichen der drei innovativen Schönheiten ist die Crystal Gloss-Tür mit ihrem blauen Schimmer. So verbinden die drei Neuheiten das Schöne mit dem Nützlichen, stilvolle Erscheinung und überzeugende Effizienz für mehr Freude im Haushaltsalltag.

Vorteile Crystal Gloss

- Große Einfüllöffnung für leichtes Be- und Entladen
- Saubere Wäsche, auch bei niedrigen Waschtemperaturen
- Ruhige Laufgeräusche dank geringer Vibration
- Spezielles Fleckenprogramm
- Clevere Super Speed-Funktion für saubere Ergebnisse in weniger als einer Stunde
- Trommelreinigung
- Problemlöser via Smartphone App

Samsung
im City Cube Berlin

KRUPS®

PREP&COOK

JEDEN TAG EIN NEUES KOCHERLEBNIS!

SCHNEIDEN, MIXEN, KOCHEN.

ETM TESTMAGAZIN · URTEIL	
Krups Prep & Cook HP5031	
SEHR GUT	**92,1 %**
Küchenmaschine mit Kochfunktion im Test	Heft 04/2015

DIE MULTIFUNKTIONALE KÜCHENMASCHINE MIT KOCHFUNKTION

- 7 KOCHPROGRAMME
- 4 PRAKTISCHE ZUBEHÖREINSÄTZE
- ZUVERLÄSSIGES UND SICHERES KOCHEN OHNE „DANEBENSTEHEN“
- REZEPTBUCH MIT 300 REZEPTIDEEN

Jetzt QR-Code scannen und mehr erfahren.

WWW.KRUPS.DE

Connectivity von Bauknecht auf der IFA
Die Vernetzung von Kühl-/Gefrierkombination, Waschmaschine, Trockner und Geschirrspüler wird am Messestand in Aktion gezeigt

Bauknecht und Indesit auf Erfolgskurs

Erster gemeinsamer IFA-Auftritt

Unter dem Motto »24 Hours – Life in a Day« werden Bauknecht und Indesit auf der diesjährigen IFA in Halle 9 ihre komplette Markenwelt erlebbar machen. Auf der Gesamtfläche von 3.200 Quadratmetern werden zudem auch die Produktinnovationen der Marken Whirlpool, Hotpoint und Kitchen Aid gezeigt

Als deutsche Marke mit hohem Bekanntheitsgrad bei den Konsumenten setzt Bauknecht im Premiumsegment der Haushaltsgeräte den klaren Fokus auf innovative Technologien und hochwertiges Design. Im Mittelpunkt der diesjährigen IFA-Präsenz steht bei Bauknecht mit der Connectivity-Range eine neue Generation von intelligenten und vernetzten Hausgeräten. Hier zeigt das deutsche Unternehmen die volle Bandbreite an vernetzbaren Premium-Geräten von Waschmaschinen und Trocknern über Kühl-/Gefrierkombinationen bis zu Geschirrspülern.

Auf der IFA zeigt Bauknecht einen neuen Waschtrockner für die beste Wäschepflege auf kleinstem Raum sowie den neuen ZEN-Toplader mit Bestwerten bei Verbrauch und Betriebsgeräusch. Im Messefokus stehen des Weiteren Themen wie Ultimate NoFrost bei Kühlgeräten sowie PremiumCare in der Wäschepflege.

»Unsere Haushaltsgeräte zeichnen sich durch edle Materialien, beste Verarbeitung, intuitive Bedienbarkeit und höchste Effizienz aus«, informiert **Jan Reichenberger**, Marketing Director Germanics, Bauknecht Hausgeräte GmbH und Indesit Company Deutschland GmbH. »Wir orientieren uns kompromisslos an den Bedürfnissen des Konsumenten und setzen so immer wieder aufs Neue Maßstäbe.«

Jan Reichenberger
Marketing Director Germanics
Bauknecht Hausgeräte und Indesit Company Deutschland

Intelligent vernetzt intuitiv bedienbar

Bauknecht macht mit »BLive« die alltäglichen Dinge nicht nur unkomplizierter, sondern hilft gleichzeitig, Zeit und Geld zu sparen. Mit der »BLive App« werden Smartphone und Tablet zur Schaltzentrale für Hausgeräte: Waschmaschine, Trockner, Kühl-/Gefrierkombination und Geschirrspüler lassen sich jederzeit von jedem Ort fernsteuern, denn sie geben Rückmeldung über ihren Status, merken sich die Vorlieben des Nutzers und kommunizieren untereinander.

Die kostenlose App basiert auf dem sogenannten »Mental Model«. Die Wahl des Waschprogramms beispielsweise erfolgt über verschiedene Einstiegspunkte, die besonders leicht nachzuvollziehen sind. Gibt man Material, Farbe oder das entsprechende Kleidungsstück an, schlägt die App das Programm für die beste Wäschepflege bei gleichzeitig niedrigstem Wasser- und Energieverbrauch vor. Waschmaschine und Trockner stehen dabei im Dialog: Der Trockner bietet proaktiv das auf den aktuellen Zyklus der Waschmaschine abgestimmte Pflegeprogramm an, so dass das manuelle Einstellen entfällt.

Bauknechts neue Generation von intelligenten Hausgeräten mit BLive umfasst zum Marktstart vier Geräte: Waschmaschine und Trockner bringen alle Features der erst im Frühjahr vorgestellten Kollektion PremiumCare mit. Die Kühl-/Gefrierkombination bietet den gleichen Funktionsumfang wie die 2015er Ultimate NoFrost Geräte mit zwei unabhängigen NoFrost-Systemen und separaten Kühlkreisläufen. Und der Geschirrspüler hat mit dem Ventilationssystem PowerDry eine Bauknecht Technologie an Bord, die sämtliches Geschirr und sogar Kunststoffteile in nur einer Stunde reinigt und trocknet. BLive ist intuitiv zu bedienen, schafft ein ganz neues Nutzererlebnis und schont durch aktives Energiemanagement nicht zuletzt wertvolle Ressourcen. Die BLive App ist für Smartphones und Tablets mit Android-Betriebssystem im Google Play Store (play.google.com) und für iOS-Geräte bei iTunes (itunes.apple.com) gratis erhältlich.

Wäsche waschen in weniger als einer Stunde

Hausgeräte von Indesit sind unkompliziert zu bedienen und orientieren sich ausschließlich am Nutzen für den Verbraucher. So wie die neue Geräteserie MyTime, die Indesit auf der IFA in Berlin zeigt und bei denen der Alltag einer Familie im Mittelpunkt steht. Die neue Waschmaschine MyTime verfügt beispielsweise über sechs direkt anwählbaren Schnellprogramme für den täglichen Gebrauch, die in weniger als 59 Minuten ein perfektes Waschergebnis erzielen, selbst bei voll beladener Maschine. Auch der Waschtrockner liefert mit der Funktion »Wash & Dry« in weniger als 59 Minuten saubere Wäsche und benötigt lediglich 90 Minuten für Waschen und Trocknen in einem Vorgang. Die Serie MyTime von Indesit umfasst derzeit Waschmaschine, Waschtrockner und Wäschetrockner.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Whirlpool Gruppe
Halle 9.0/Stand 101

A+++ Kühl-Gefrierkombination der E-Serie

Viele clevere Ideen von Panasonic

Zur IFA erweitert Panasonic sein Kühlgeräte-Sortiment um drei Modelle in der besonders sparsamen Energieeffizienzklasse A+++

Die Modelle kommen in Höhen von 1,85 und zwei Metern in den Handel und bieten mit einem Volumen von bis zu 254 Litern im Kühl- und 80 Litern im Gefrierbereich ein besonders variabel nutzbares, großes Platzangebot. Absolutes Highlight ist der Vitamin Safe im Bodenbereich des Kühlschranks. Hier bleiben Vitamine durch besondere Schutz-LEDs deutlich länger erhalten. Auch bei geschlossener Tür blinken diese Lampen blau, grün und weiß, simulieren dadurch das natürliche Sonnenlicht und unterstützen so den Erhalt der besonders wertvollen Vitamine C und D.

Ein weiteres Highlight im Vitamin Safe ist die neue, bequem abwaschbare Membran »BreatheTech«. Sie reguliert die Luftfeuchtigkeit im Vitamin Safe, indem sie überschüssige Feuchtigkeit aufnimmt und, wenn nötig, wieder abgibt. Das sorgt konstant für ein optimales Klima. Das Ergebnis kann man schmecken: Obst und Gemüse bleibt auch nach Tagen noch knackig und erntefrisch.

Direkt darüber befindet sich mit dem Chill Case ein idealer Aufbewahrungsort für alle besonders empfindlichen Lebensmittel. Frischer Fisch und Fleisch werden bei rund null Grad Celsius gelagert und von einem konstanten Luftstrom mit geringer Feuchtigkeit versorgt. Das hält Bakterien fern und sorgt dafür, dass auch hier die Frische länger hält. Außerdem bietet das Fach ideale Bedingungen zum schonenden Auftauen von Lebensmitteln, weil in ihm die Zellstrukturen und damit die Frische und Qualität der Speisen voll erhalten bleiben. Die Spitzenmodelle haben sogar noch viel mehr zu bieten: Dank des Hygiene Air Filters bleibt die Luft im gesamten Kühlschrank rein. Er beseitigt 99,9 Prozent aller Bakterien und garantiert gesunde Sauberkeit.

Auch im Bereich der Mikrowellen präsentiert Panasonic auf der IFA seine aktuellen Geräte, wie beispielsweise das Modell NN-CT565M. Dieses kompakte 3-in-1 Gerät vereint Inverter-Mikrowelle, Grill und Ofen für schnellen Genuss.

Flaches Premium-Design
Kühlgeräte von Panasonic

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Panasonic
Halle 5.2/Stand 101

Super-Frische im exklusiven Design
BlackSteel: hochwertiger schwarzer Edelstahl
Mit BioFresh behalten Lebensmittel ihre gesunden Vitamine, ihr frisches Aussehen und den vollen Geschmack sehr viel länger als im herkömmlichen Kühlteil
Professionelle Kältequalität durch NoFrost-Technologie im Gefrierteil: Nie mehr Abtauen!
Supersparsam im Energieverbrauch
Black Steel
Bio Fresh
No Frost
A+++

biofresh.liebherr.com

socialmedia.home.liebherr.com

LIEBHERR
Qualität, Design und Innovation

Expert Akademie und AEG

In Kooperation mit AEG hat die Expert Akademie ein einjähriges, intensives Weiterbildungsangebot entwickelt, das Verkäufern der Weißen Ware Wissen aus erster Hand vermittelt. Zielgruppe sind Verkäufer, Jungverkäufer, Quereinsteiger und Auszubildende im dritten Lehrjahr, die sich weit mehr als nur grundlegendes Produktwissen aneignen sollen. Aufgebaut ist die Weiterbildungsmaßnahme in drei Module zu verschiedenen Schwerpunktthemen, die durch webbasierte Trainings, Praxisworkshops und Webinare begleitet werden. Ihren Abschluss findet die Maßnahme in einer gemeinsamen Veranstaltung inklusive AEG Werksführung, in der die behandelten Themen nochmals vertieft und die Zertifikate feierlich überreicht werden. Das erste Modul ist bereits erfolgreich abgeschlossen. 55 Teilnehmer aus ganz Deutschland traten zur Schulung zum Thema »Herde, Kochfelder und Dunstabzugshauben« in Löhne und Nürnberg an. Vorab wurden sie durch themenspezifische e-Learnings der Expert Akademie 2.0 auf den gleichen Wissensstand gebracht.

4-Sterne-Berater von Euronics

Was alle Euronics Deutschland eG Fachhändler gemeinsam haben, ist ihre hohe Beratungsqualität. Mit der Aktion »Euronics sucht den 4-Sterne-Berater« ermittelt die Verbundgruppe jetzt die Besten der Besten. Fachhändler, die an der Aktion teilnehmen, werden in jeweils drei Testkäufen intensiv in ihrer Servicekompetenz und ihrem Fachwissen geprüft. Die drei Mitglieder, die am besten abschneiden, gewinnen eine Weihnachtsfeier für ihr Unternehmen im Wert von je 1.000 Euro. Bei den Testkäufen wird nach einem festgelegten Punktesystem bewertet, wie stark die Beratungsleistung bei Fragen zu Zusatzfunktionen, Services und Dienstleistungen war. Die Mystery Shopper prüfen insgesamt sieben Bereiche: Zusätzliche Soundlösung, eigene Dienstleistungen, Contentvermarktung, Internetanschluss, Garantieverlängerung, Zubehör und Finanzdienstleistungen. Parallel zur Aktion finden im August in vier deutschen Städten jeweils eintägige Powertrainings statt, die der Qualifizierung der Händler und ihrer Mitarbeiter dienen.

Wie alles begann

MO-Unternehmensberatung feiert 25-jähriges Firmenjubiläum

Das Original aus Berlin zelebriert 2015 seinen 25. Geburtstag. Dies nehmen wir zum Anlass, das vergangene Vierteljahrhundert einmal Revue passieren zu lassen und zu erfahren, wie die weitere Zukunft der Berliner Unternehmensberatung aussieht

Als die MO-Unternehmensberatung GmbH 1990 in Berlin von Geschäftsführer **Siegfried Olschewski** und seiner Ehefrau Manuela gegründet wurde, war Helmut Kohl Bundeskanzler, die deutsche Wiedervereinigung im vollen Gange und das Internet noch in weiter Ferne. Das Mobilfunknetz war gerade im Aufbau und im Handel herrschte Aufbruchstimmung.

Siegfried Olschewski
Firmengründer und Geschäftsführer der MO-Unternehmensberatung in Berlin

Die 90er Jahre des vergangenen Jahrhunderts waren anfänglich von der Euphorie der Wiedervereinigung und der Kauflust der ostdeutschen Bundesbürger geprägt. Die Umsatzzahlen vieler Firmen schnellten in diesen Jahren regelrecht in die Höhe und die Händler waren damals mehr mit dem Heranschaffen der Ware als mit verkäuferischem Geschick beschäftigt.

Der West-Berliner Siegfried Olschewski sah in der Wende ebenfalls seine neue Chance. Bis dato war der gelernte Einzelhandelskaufmann in der Lebensmittelindustrie als Niederlassungsleiter tätig, bevor er sich 1990 mit der MO-Unternehmensberatung selbständig machte.

Nach der erfolgreichen Ost-West-Integration und der daraus resultierenden Marktsättigung der ostdeutschen Bundesländer begannen die Umsätze vieler Firmen zu stagnieren, und sowohl Handel wie auch Industrie suchten nach neuen Möglichkeiten, Konsumenten zum Kauf zu bewegen. Neue Ideen und Konzepte mussten her, und die lieferte Siegfried Olschewski.

Erfolgreiches Konzept: »Mein Chef heißt Kunde«

Mit Feingespür, guter Menschenkenntnis und Zielstrebigkeit begann Siegfried Olschewski, sein Konzept »Mein Chef heißt Kunde« aufzubauen und nach und nach zu optimieren. Er spezialisierte sich auf individuelle Vertriebsstrategien und unterstützt die Handelspartner in strategischem Management sowie der Kunst des Verkaufens, um die Verkäufer zu einem erfolgreichen Abschluss zu bringen.

Seine Referenzliste liest sich wie das »Who is Who« der deutschen Handels- und Dienstleistungslandschaft, vom Familienunternehmen bis zur renommierten Aktiengesellschaft.

Das hatte 2001 auch die Wertgarantie erkannt, mit der Siegfried Olschewski mehr als zehn Jahre lang intensiv zusammengearbeitet hat. Gemeinsam wurde ein Leitfaden für die Kundenansprache entwickelt und ausgearbeitet, der über viele Jahre hinweg zusammen mit den Mitarbeitern im Wertgarantie-Außendienst sowie den Verkäufern im Handel vor Ort intensiv trainiert wurde. Denn eines ist für Siegfried Olschewski sicher: Alles muss geübt und trainiert werden, egal ob man Rennfahrer, Bäcker oder Verkäufer ist, denn nur Übung macht den Meister.

Grundwerte wie Ehrlichkeit und Fairness

Für die Zukunft konzentriert sich Siegfried Olschewski ausnahmslos auf prozessbegleitende Maßnahmen für Management, Vertrieb und Verkauf. »Ich werde auch in Zukunft auf konservative Grundwerte innovativ und zeitgemäß agieren, denn MO wird sich weiterhin ausschließlich durch Leistung und Ergebnisse definieren«, teilt er mit.

Privat sind die Eheleute Olschewski seit 30 Jahren verheiratet und stolze Eltern von drei Kindern zwischen 21 und 29 Jahren. Die älteste Tochter Scarlet ist als Rundfunkredakteurin tätig und der jüngste Sohn Rouven studiert Volkswirtschaft und Politikwissenschaft. Der 25-jährige Sohn Max ist Schauspieler und im Fernsehen demnächst in der Hauptrolle als Kommissar einer Krimiserie zu sehen.

Einzigartig und nur von BWT:

MAGNESIUM MINERALIZER

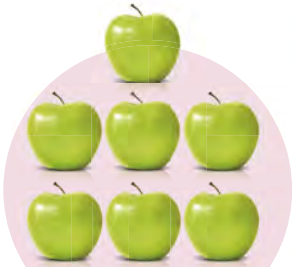
Besuchen Sie uns auf der IFA Berlin
Halle 3.1 / Stand 108

Der menschliche Körper benötigt jeden Tag **2–3 Liter Wasser** und rund **300 mg* Magnesium**, beim Sport sogar noch deutlich mehr.

Mit dem **BWT Magnesium Mineralizer** unterstützen Sie Ihren Magnesiumhaushalt und nehmen durch Wasser trinken automatisch **bis zu 20% Ihres Tagesbedarfs** zu sich.

2,7 LITER
mit MAGNESIUM**
mineralisiertes, gefiltertes Trinkwasser
~65 mg Magnesium

=



~65 mg
Magnesium

PLUS MAGNESIUM

BWT
BEST WATER TECHNOLOGY

* Quelle: Deutsche Gesellschaft für Ernährung ** Bei einer durchschn. Wasserhärte von 17° dH

Treffpunkt Berlin
Miss IFA genießt den Kaffee aus einer neuen Z6 in Satinsilber von Jura sichtlich

Hightech in optischer Brillanz

Wenn Spitzentechnologie auf Topdesign und Kaffeegenuss trifft

Dann befinden Sie sich in Halle 2.1 auf dem Messestand des Schweizer Kaffeespezialisten Jura, der dieses Jahr auf der IFA neue Produkte zeigt und Beratungskompetenz 3.0 bietet

Anfang September ist die IFA in Berlin wieder Anziehungspunkt für alle, die auf der Suche nach den neuesten Trends und Technologien sind. Garantiert fündig werden sie am Stand 202 in der Premium-Halle 2.1 bei Jura. Hier sorgen Espresso- und Kaffee-Vollautomaten der absoluten Spitzenklasse für Aufsehen.

Das neue Modell Z6 vereint viele Weltpremieren und Innovationen wie kein anderer Vollautomat von Jura zuvor. Die Veredelung der Z6 mit hochwertigem Carbon sorgt zusätzlich für optische Brillanz,

Verspricht einen exzellenten IFA-Auftritt
Rolf Diehl, Geschäftsführer Jura Deutschland

Jura Z6 Carbon
Handgefertigte limiterte Auflage

denn das widerstandsfähige, attraktive Hightech-Leichtbaumaterial krönt den Auftritt der Z6 in Vollendung. Das Carbon wird von Hand für jeden einzelnen Espresso-/Kaffee-Vollautomaten zugeschnitten und auf die Front- und Top-Partie aufgebracht. Das Ergebnis ist eine einmalige Kombination von Premium-Technologie und Premium-Material.

Auch die inneren Werte der neuen Z6 Carbon überzeugen. Der Puls-Extraktionsprozess, kurz P.E.P. genannt, sorgt dafür, dass sich die kostbaren Kaffeearomen durch eine optimierte Extraktionszeit noch besser entfalten können. Bei diesem Verfahren wird bei kurzen Kaffees wie Ristretto und Espresso das heiße Wasser in einer Taktfrequenz durch das Kaffeepulver gepresst, die exakt auf die Wassermenge abgestimmt ist. Feinster Milchschaum ist die Krönung für viele Kaffeespezialitäten. Die Jura Z6 ist ein Meister der hohen Schule für die Zubereitung exklusiver Spezialitäten. Als erste ihrer Art ermöglicht sie die Wahl unter insgesamt zehn Temperaturstufen von Milch und Milchschaum.

Besonders praktisch ist eine weitere Innovation, denn der Espresso- und Kaffee-Vollautomat Z6 schaltet automatisch von Milch auf Milchschaum um. So können Trendspezialitäten perfekt zubereitet werden. Auch die Milchsystemreinigung auf Knopfdruck ist intuitiver und einfacher denn je. Für reinstes Wasser stehen die Claris-Filterpatronen, die stets optimale Qualität für gleichbleibend perfekte Kaffeeresultate liefern und den Jura-Vollautomaten zuverlässig vor Kalk schützen. Ausgestattet mit dem Intelligent Water System IWS verfügt die Z6 über eine automatische Filtererkennung: Mithilfe der RFID-Technologie kommunizieren Vollautomat und Claris Smart. So erkennt das System automatisch, ob eine Claris-Filterpatrone eingesetzt ist und in welchem Status sie sich befindet.

Darüber hinaus bietet Jura im digitalen Zeitalter Beratungskompetenz 3.0 und erschließt damit ganz neue Möglichkeiten, Kunden und Partner auf smarte Art zu unterstützen. »Innovative Technologie, Kompetenz und Leidenschaft sind für uns Grundpfeiler und Voraussetzung für exzellente Produkte und Services. Auf der IFA zeigen wir einmal mehr, wie innovative Technik und Erfahrung aus über vier Millionen Vollautomaten im harmonischen Zusammenspiel zu überzeugenden Resultaten führen«, informiert **Rolf Diehl**, Geschäftsführer der Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH.

Pause vom Trubel

Wer den Messetrubel kennt, weiß, wie wichtig erholsame Pausen sind. Auch hier bietet Jura seinen Besuchern genau das Richtige. In ebenso inspirierender wie angenehmer Atmosphäre kann der Messegast eine geschmackvolle Auszeit nehmen und einmalige Genussmomente erleben. An der Showbar des Jura-Stands sorgt Weltmeisterkoch Ronny Pietzner für kulinarische Höhepunkte, während Barista Sven Kluge demonstriert, welche Überraschungen die große Welt des Kaffees bereithält. Den »Tag des Kaffees« am IFA-Samstag, den 5. September, begeht Jura standesgemäß mit einem speziellen Kaffeemenü – und beweist damit auf überzeugende Art, wie vielseitig Kaffeegenuss sein kann.

Jura
Halle 2.1/Stand 202

Brita Integrated Solutions

Optimale Wasserqualität durch integrierte Filterlösungen

Brita steht für weiches, wohlschmeckendes Wasser. Weltweit vertrauen Millionen von Verbrauchern auf die Wasserfilter des deutschen Familienunternehmens. Sie filtern mit Brita und verbessern damit Aroma und Aussehen von kalten sowie heißen Getränken

Neben den bewährten Tisch-Wasserfiltern setzt Brita zunehmend auf integrierte Filtersysteme, denn Brita gefiltertes Wasser schützt hochwertige Haushaltsgeräte vor Verkalkung und sorgt damit für längere Lebensdauer sowie geringeren Energieverbrauch. Namhafte Hersteller nutzen diese Vorteile und rüsten ihre Elektro-klein- und -großgeräte direkt mit integrierten Wasserfilterlösungen von Brita aus. Premium-Marken wie Bosch, Cloer, Morphy Richards, Philips/Saeco, Russell Hobbs, Samsung und Siemens vertrauen auf die fast 50-jährige Erfahrung und Kompetenz von Brita.

Brita inside Hier am Beispiel des neuen Clarity Wasserkochers von Russell Hobbs

Sie setzen Brita Filtersysteme in Kaffeevollautomaten, Espressomaschinen, Kühlschränken, Wasserkochern und Wasserspendern ein, um von den Vorteilen des Brita gefilterten Wassers zu profitieren. Neben verbessertem Geschmack und Geräteschutz kommt bei den Elektrokleingeräten insbesondere der praktische 2-in-1-Aspekt zum Tragen: Filtern und Zubereiten von Heißgetränken erfolgt zeit- und platzsparend in einem Arbeitsschritt.

Brita Partner auf der IFA

Bosch Halle 3.1/Stand 101	BOSCH
Cloer Halle 6.1, Stand 121	cloer
Morphy Richards Halle 9, Stand 114	morphy richards smart ideas for your home
Philips/Saeco Halle 22, Stand 101	PHILIPS Saeco
Russell Hobbs Halle 3.1, Stand 104	Russell Hobbs
Siemens Halle 1.1, Stand 101	SIEMENS

Brita, der weltweit erfolgreiche Experte in der Trinkwasseroptimierung und -individualisierung bietet seinen Partnern nicht nur zuverlässig beste Produktqualität und Integrations-Know-how, sondern auch Zugriff auf ein gut gepflegtes Distributionsnetzwerk sowie gezielte Unterstützung bei der Vermarktung neuer und innovativer Produkte.

50 Jahre Filterkaffeemaschine

Melitta feiert runden Geburtstag

Auf der IFA zeigt Melitta aktuelle Produkthighlights, wie die neue Caffeo Varianza CSP Edelstahl und die Caffeo Passione One Touch. Zudem begeht die Marke ein Jubiläum, denn die erste Melitta Filterkaffeemaschine wurde vor 50 Jahren eingeführt

Die Leidenschaft für Kaffee treibt das Unternehmen Melitta bereits seit Beginn des 20. Jahrhunderts an. Im Rahmen der IFA können Besucher nun einen Blick auf die erste Filterkaffeemaschine aus dem Hause Melitta werfen. Interessante Hintergrundinformationen, Bilder und Eindrücke aus 50 Jahren Filterkaffeemaschine des Familienunternehmens lassen Interessierte in die Geschichte des Filterkaffees eintauchen, die mit einer genialen Idee begann.

Um den störenden Kaffeesatz aus der Tasse zu verbannen, bohrte die 35-jährige Hausfrau Melitta Bentz kleine Löcher in einen Messingbecher und legte ein zurechtgeschnittenes Löschblatt aus dem Schulheft ihres Sohnes hinein. So entstand 1908 der erste Kaffeefilter, 1932 folgte der erste Melitta Schnellfilter aus Porzellan und 1965 die erste automatische Filterkaffeemaschine unter der Marke Melitta. Die MA120 konnte mit nur einem einzigen Knopfdruck in nur sechs Minuten acht Tassen Kaffee zubereiten. Zu jener Zeit eine Revolution.

Neuer Trend »Pour Over« Dafür gibt es jetzt wieder Porzellanfilter aus dem Hause Melitta

Diesen Luxus wollten sich immer mehr Menschen gönnen und damit begann vor 50 Jahren der Siegeszug der Filterkaffeemaschine in die bundesdeutschen Küchen. Es war der erste Schritt auf dem Weg zum perfekten Genuss. Mit jedem neuen Gerät optimiert Melitta bis heute die Technik seiner Kaffeemaschinen.

Mit der »Look I« Kaffeemaschine begann 1998 die Erfolgsserie der Look Reihe. Zum Jubiläum der Filterkaffeemaschine ist die Serie seit 2015 in vierter Generation als Look Therm erhältlich und bietet mit ihrer hochwertigen Thermoskanne einen lang anhaltenden Kaffeegenuss.

Besucher der IFA 2015 können am Melitta-Stand Kaffeegenuss erleben. Auf rund 250 Quadratmetern zeigt das Unternehmen seine diesjährigen Produktinnovationen und -highlights. Und auch Melitta Barista Timon ist wieder mit dabei. Er verrät, worauf es bei der perfekten Kaffeezubereitung mittels Handfiltration ankommt. Der sogenannte »Pour Over Coffee« liegt derzeit voll im Trend. Kein Wunder: Denn beim Brühen per Hand lassen sich dem Kaffee die meisten seiner mehr als 800 Aromen entlocken.

Dem Deutschen Kaffeeverband zufolge besitzt Filterkaffee einen Marktanteil von 70 Prozent. Und in Metropolen wie Kopenhagen, Berlin, London und New York erfreuen sich »Brew Bars« großer Beliebtheit. Dort wird das Brühen des Filterkaffees per Hand als »pour over« ausgiebig zelebriert. Mit dem neu aufgelegten Porzellanfilter von Melitta können Liebhaber des vollen Aromas zu Hause ihr eigener Brew-Master sein.

Anlässlich des Jubiläums verschenkt Melitta an allen Messetagen Kaffeetassen mit individuellem Namensaufdruck. Besucher haben mit etwas Glück die Möglichkeit, am Messestand ihre personalisierte Tasse nach nur einer kurzen Wartezeit mitzunehmen.

NIVONA Neue Lust auf Kaffee.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED **Melitta**
Halle 4.1/Stand 208

Neuer Kaffeevollautomat von Saeco

Wenig Reinigung, viel Genuss

Mit der neuen Saeco Incanto liefert Philips einen vielfältigen Kaffeevollautomaten, der anspruchsvolles Design mit einem hervorragenden Kaffee-Erlebnis verbindet. Durch das fünfstufig verstellbare geschmacksneutrale Keramikmahlwerk, eine Memo- und die praktische One Touch-Funktion können Konsumenten Kaffee, Espresso oder Cappuccino ganz nach ihrem persönlichen Geschmack kreieren. Ein integrierter Milchaufschäumer mit abnehmbarer Karaffe komplettiert den Kaffee-Profi. Diese patentierte Milchkaraffe verfügt über zwei Schaumkammern, die einen gleichmäßigen Auslauf bei optimaler Temperatur garantieren und somit perfekten Milchschaum liefern.

Wird der ebenfalls patentierte Aqua Clean Filter regelmäßig ersetzt – das Intervall beträgt durchschnittlich drei Monate – muss eine Entkalkung des Geräts erst nach 5.000 gebrühten Tassen oder zwei Jahren erfolgen. Dies entspricht dem Verbrauch eines durchschnittlichen Haushalts von sieben Tassen am Tag.

»Seit über 30 Jahren verbindet Saeco Innovation mit italienischen Werten und hat es sich zur langfristigen Aufgabe gemacht, den Konsumenten ein außergewöhnliches Genusserlebnis zu ermöglichen«, informiert **Florian Schumann**, Senior Marketing Manager Espresso Philips Consumer Lifestyle DACH. »Die vom Meisterstück Incanto Executive inspirierte Saeco Incanto gibt Kaffee-Connoisseuren dank zahlreicher Einstellungsvarianten die Möglichkeit, ihren ganz eigenen, persönlichen Kaffeemoment zu kreieren. Für den extra Komfort in puncto Entkalkung haben wir den neuen Aqua Clean Filter entwickelt, der sich besonders ausdauernd um die Reinigung des Wassers kümmert«.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED **Philips Saeco**
Halle 22/Stand 101

Attraktiver Markenauftritt der BWT Consumer Sparte

Wasser trinken liegt voll im Trend – BWT-gefiltertes Wasser erst recht

BWT setzt auf der IFA einen starken Impuls und belebt 2015 erfolgreich den Markt, denn die Wasserexperten aus dem österreichischen Mondsee präsentieren das neue Erscheinungsbild des »Magnesium Mineralizers«

Der moderne Markenauftritt und das attraktive Sortimentsbild regen den Kunden zum Kauf an. Darüber hinaus präsentiert BWT optimale Lösungen für sehr gut schmeckendes Trinkwasser. Neben den bereits bestehenden Premiumpartnerschaften mit Grohe und WMF zeigt BWT erstmalig die neuen Partnerschaften mit den Firmen AEG und Miele.

»Die bedeutendsten Verbrauchertrends der letzten Jahre sind Wellness, Gesundheit, Nachhaltigkeit und Genuss und genau hier setzt BWT an«, informiert **Stefan Scheurer**, Geschäftsführer der BWT water + more GmbH. »Die IFA ist unsere Leitmesse und für uns die ideale Gelegenheit, unseren Handelspartnern das attraktive ›Wassergeschäft‹ vorzustellen. Wir stellen uns neu auf und heben uns so ganz deutlich vom Wettbewerb ab. Das moderne und frische Auftreten von BWT zieht sich durch nahezu alle Bereiche der Consumer Sparte«, betont der BWT Geschäftsführer.

Stefan Scheurer
Geschäftsführer BWT water + more GmbH

Die Magnesium Mineralizer sind einzigartig und nur von BWT. Ob aus dem Tischwasserfilter oder aus der hochwertigen Armatur von Grohe – das Ergebnis ist perfekt. Leitungswasser wird mit dem wertvollen Mineral Magnesium angereichert und Kalk wird reduziert. Ein nahezu neutraler pH-Wert sorgt dafür, dass das BWT-Magnesium Wasser bei Kennern hochwertiger Mineralwässer als besonders wohlschmeckend und weich empfunden wird. Der BWT Magnesium Mineralizer sorgt für echten Trinkgenuss und eignet sich optimal für die Zubereitung von Tee, Kaffee oder anderen Trendgetränken.

Ganz im Zeichen des neuen Magnesium Mineralizers präsentiert sich BWT mit seinem modernen und frischen Messestand auf der IFA

Seit dieser Saison unterstützt die Best Water Technology die Marke Mercedes erfolgreich in der DTM. Der auffallende pinkfarbene Rennbolide, welcher sonst von Lucas Auer, Neffe von Ex-Formel 1 Pilot Gerhard Berger gelenkt wird, ist aufmerksamkeitsstark auf dem IFA-Messegelände platziert.

BWT sponsort Mercedes in der DTM

»Die hohe mediale Aufmerksamkeit durch die DTM wird die Markenbekanntheit von BWT erneut steigern und noch mehr Verbraucher vom einzigartigen Produkterlebnis Magnesium Mineralizer überzeugen«, erläutert **Michael Radecker**, Head of Marketing bei BWT water + more. Zweitplatzierungsaktionen im Handel begleitet von Social Media Aktivitäten und Gewinnspielen werden gleichermaßen Fachhandel und DTM Fans in 2015 begeistern.

Am IFA-Messestand von BWT sieht man den Magnesium Mineralizer live in Aktion. Für alle, die Lust auf eine cremige und fruchtige Erfrischung haben, sind die tollen Smoothie-Rezepte mit Magnesium-Wasser von BWT genau das Richtige. Ob Bananen-Mango-Smoothie, Grüner Smoothie oder der exotische Tropical Beach Smoothie – es ist für jeden Geschmack etwas dabei. Barista Nadja Mayrhofer gibt Tipps zum perfekten Kaffee-Genuss mit dem richtigen Wasser. Zusätzlich versorgen mobile Trinkstationen die Gäste der IFA mit frischem BWT-Wasser.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

BWT
Halle 3.1/
Stand 108

PETRA ELECTRIC

ENTDECKEN SIE DIE
WELTNEUHEIT!

puretea induction kettle

NEW INDUCTION TECHNOLOGY
2in1: Induktionswasserkocher & Teebereiter

DISHWASHER PROOF
Spülmaschinenfeste Glaskanne

ECO ENERGY SAVING
Energiesparende Induktionstechnologie

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
BERLIN, 4–9 SEP 2015

Entdecken Sie den PureTea Induktionswasserkocher & Teebereiter und weitere Neuheiten von PETRA Electric auf der IFA in Berlin!
Besuchen Sie uns in **Halle 9, Stand 106.** Wir freuen uns auf Sie!

Neue Frühstücks- und Fun Cooking-Serie von Russell Hobbs

Innovationen, die man nicht nur schmeckt, sondern auch sieht

Wer schon immer einmal genau wissen wollte, wie sich der Frühstückstoast langsam bräunt, kommt beim neuen Clarity Toaster von Russell Hobbs voll auf seine Kosten. Zwei innovative Filterkaffeemaschinen und ein Wasserkocher komplettieren das Set

Der Clarity Toaster wird höchsten Ansprüchen gerecht, denn die Event Toast-Technologie mit ihren hochwertigen Quarzglas-Heizelementen sorgt für ein schnelles und gleichmäßiges Toasten. Auch im Hinblick auf das Handling setzt die Ausstattung des Toasters Maßstäbe: Die Countdown-Funktion informiert über den Fortschritt des Röstvorgangs und mit Hilfe der integrierten Toast-Zange kann selbst sehr heißer Toast bequem aus dem Toastschlitz genommen werden. Dank der herausnehmbaren Easy-Clean-Glasscheibe kann das Rösten nicht nur beobachtet werden, sondern erlaubt zusammen mit der Krümelschublade eine schnelle und effektive Reinigung.

Ein weiteres Highlight der Clarity Kollektion ist der Wasserkocher, der aus hitzebeständigem Schott-Duran Glas »Made in Germany« besteht. Für eine stets optimale Wasserqualität ist er mit einer Brita Maxtra-Filterkartusche ausgestattet. Dank dieser Kombination lässt sich der Clarity Wasserkocher sehr einfach reinigen und eignet sich außerdem zur Zubereitung von Babynahrung. Mit starken 2.200 Watt bringt er sein Fassungsvermögen von 1,5 Liter in kürzester Zeit zum Kochen.

Das Herzstück des Clarity Frühstückssets sind die digitalen Kaffeemaschinen, die mit Glas- und Thermokanne erhältlich sind und die über drei entscheidenden Komponenten verfügen, die für einen perfekten Kaffeegenuss verantwortlich sind: Wasserqualität, Brühtemperatur und Aroma-Extraktion. Auch hier reduziert die integrierte Maxtra-Filterkartusche von Brita Kalk und Chlor für optimalen Geschmack.

IFA-Neuheiten von Russell Hobbs Die Clarity Frühstücksserie und das Multi-Raclette aus der Fiesta Serie

Fiesta Serie für Fun Cooking

Die Optimum-Temperature-Technologie sorgt dafür, dass durch den innovativen Wassertank der Wasserdurchfluss im Heizelement konstant gehalten und so die optimale Temperatur von 92 bis 96 Grad Celsius über den gesamten Brühzyklus gewährleistet wird. Seine Perfektion erlangt der Kaffee durch die bewährte Russell Hobbs Brausekopf-Technologie, denn sie garantiert die optimale großflächige Benetzung des Kaffeemehls für eine perfekte Extrahierung.

Das Kochen mit Freunden oder der Familie liegt immer mehr im Trend, denn erst gemeinsam wird das Kochen zum besonderen Erlebnis. Passend hierzu präsentiert Russell Hobbs mit der Fiesta Serie zu jedem Anlass das ideale Equipment für einen geselligen Abend. Die Fiesta Serie umfasst ein Multi-Raclette, einen Teppan-Yaki-Tischgrill, ein Fondue, einen 3-in-1 Sandwichtoaster sowie einen Crêpes-Maker.

Egal ob für das klassische Raclette, das gesunde Grillen oder das Zubereiten leckerer Desserts – das Multi-Raclette der Fiesta Serie hält für jeden Geschmack die passende Ausstattung bereit. Dazu gehören acht antihaftbeschichtete Pfännchen, eine klassische antihaftbeschichtete Grillplatte sowie eine Naturstein-Grillplatte für gesundes Grillen mit wenig Fett und eine weitere antihaftbeschichtete Grillplatte für sechs kleine Pancakes.

Russell Hobbs
Halle 3.1/Stand 104

Grand Crus Limited Edition

Nespresso schickt Grüße aus Mailand und Palermo

Nespresso Neue Ristretto-Varianten als Hommage an Mailand und Palermo

Jährlich präsentiert Nespresso seinen anspruchsvollen Kunden neue Limited Edition Kaffees, um die Kaffeekenner weltweit mit außergewöhnlichen Sinnesfreuden zu überraschen. In diesem Jahr entführt Nespresso in die italienischen Städte Mailand und Palermo, deren Kaffeegeschmack nicht gegensätzlicher sein könnten, und lanciert die limitierten Ristretto-Mischungen »Tribute to Milano« und »Tribute to Palermo«.

»Nach unseren früheren Limited Edition Kaffees Trieste und Napoli wollten wir unseren Tribut an Italien mit einer Verneigung vor den einzigartigen Kaffeekulturen Mailands und Palermos fortsetzen«, erklärt **Karsten Ranitzsch**, Head of Coffee bei Nespresso und weiter: »Der Tribute to Milano ist unsere Interpretation des geschäftigen Treibens in der eleganten, dynamischen Stadt Mailand, wo man zwischendurch am Tresen eines Cafés schnell einen Espresso trinkt. Der Tribute to Palermo ist dagegen ein kraftvoller, intensiver und vollmundiger Ristretto. Hier haben wir uns von den sizilianischen Straßenmärkten mit ihren farbenfrohen, duftenden Gewürzen inspirieren lassen. Die Kakaoaromen und würzig-pfeffrigen Noten dieses Ristrettos versetzen Kaffeefreunde mitten in einen solchen Markt hinein«.

Die neuen köstlichen Ristrettos sind aus edelsten Arabica- und Robusta-Bohnen komponiert, bieten ein einzigartiges Kaffee-Erlebnis und werden Liebhaber intensiver Kaffees ansprechen. Sie können schwarz genossen werden, harmonieren aber auch perfekt mit Milch. Als Latte Macchiato zubereitet, offeriert der intensive Tribute to Milano einen cremigeren, milderen Geschmack mit Karamellaromen, während der Tribute to Palermo auch als Cappuccino getrunken werden kann, ohne dass der volle Körper und kräftige Charakter dieser intensiven Mischung verloren geht.

Nespresso
Halle 1.1/Stand 102

Neues Flaggschiff
Cafe Romatica 858
von Nivona

»Espressionismus« bei Vollautomaten

Nivona-Geräte machen immer Lust auf Kaffee

Die Neuheiten, die die deutsche Fachhandelsmarke zur IFA vorstellen wird, sind glänzend, klassisch und im entscheidenden Detail farbig

Kern der IFA-Präsenz von Nivona sind die drei neuen Cafe Romatica-Modelle NICR 838, 848 und 858 im Premium-Segment, die mit einem kristallklaren und farbigen TFT-Display ausgestattet sind. Mit edlen Chrom-Applikationen und in moderner, zeitloser Farbgebung setzen die neuen Espresso- und Kaffeevollautomaten nicht nur optisch, sondern auch ausstattungsmäßig gleich mehrere Highlights.

Die drei 8er-Modelle punkten mit all den Ausstattungen, die den Kaffeegenuss vollkommen machen: One-Touch-Cappuccino-Funktion, neue zweifarbige Tassenbeleuchtung, noch mehr individuelle Programmiermöglichkeiten, spezielle Geräuschdämmung beim Mahlwerk, Reinigungs- und Pflegeprogramme. Alle sind so abgestimmt, dass sie komfortabel und perfekt ihren Dienst verrichten. Und das bei bestem Design und mit Vollausstattung: Das Highlight TFT-Dialog-Display, die entnehmbare Brühgruppe und kompakte Abmessungen gehören natürlich auch serienmäßig dazu. Die neuen 8er sind echte Kunststücke und ab 999 Euro bereits Ende August 2015 im autorisierten Handel zu finden.

»Kaffeevollautomaten sind optisch und kulinarisch ein Gewinn, und liegen weiter in der Beliebtheit vieler Kunden ganz vorn. Diesem anhaltenden Trend werden wir mit den schon vorab verfügbaren IFA-Neuheiten 2015 bestens gerecht: Umfassende Ausstattung, beste Ergonomie, höchste Zubereitungs- und Kaffeequalität, und darüber hinaus auch im Design besonders schön und hochwertig. Von Mattschwarz bis zur echten Edelstahl-Front – die Neuen haben das Zeug zum Bestseller«, sagt hierzu **Peter Wildner**, geschäftsführender Gesellschafter bei Nivona, und ist vom Erfolg der beiden Sondermodelle überzeugt.

»Unser Ziel bleibt auch weiter, nachhaltig zur begehrten Hausmarke des Fachhandels zu werden. Hierfür – das zeigen auch neuen Modelle 838, 848 und 858 – bringen wir die notwendigen Voraussetzungen mit: Modernes, zeitloses Design, gutes Preis-/Leistungs-Verhältnis, qualitativ hochwertige Produkte, und eine hohe vertriebspolitische Glaubwürdigkeit«, formuliert **Bastian Fiedler**, ebenfalls geschäftsführender Gesellschafter bei Nivona.

Nivona
Halle 6.1
Stand 104

Brita mon amour

Kochpromotion mit dem erfolgreichen Tischwasserfilter-Modell

Vive la France! In unserem westlichen Nachbarland werden Kochen und Genießen großgeschrieben. Für französische Köche und Gourmets sind Wasserfilter von Brita eine Selbstverständlichkeit

Im Rahmen der Herbst-Promotion »Brita – mon amour« stellt das Familienunternehmen aus dem Taunus die Vorteile von gefiltertem Wasser beim Kochen in den Vordergrund. Der Brita Bestseller, das Tischwasserfilter-Modell »Marella«, wird dieses Jahr in Frankreichs Nationalfarben Weiß, Rot und Blau angeboten.

Daniela Römgens, Marketing Director DACH bei Brita: »Zuhause kochen liegt nach wie vor im Trend. Man muss kein Profikoch sein, um leckere Gerichte selbst zuzubereiten. Wichtig sind das Rezept, eine hohe Qualität der Lebensmittel und frisches, gefiltertes Wasser. Das bestätigen uns 43 Prozent der Brita Verwender, die für eine spürbare Geschmacksverbesserung zum Wasserfilter greifen. Brita Produkte liegen erfreulicherweise weiterhin absolut im Trend: im laufenden Jahr haben wir 12 Prozent mehr Tischwasserfilter verkauft als im Vorjahr«. Gerade zum Garen von marktfrischem Gemüse ist gefiltertes Wasser ideal, denn die Konsistenz bleibt knackig und die Farben leuchtend. Auch für die Zubereitung von Suppen und Fonds ist Brita besonders geeignet und Desserts wie Mousse, Frappée oder Sorbet profitieren von seinem weichen Charakter.

Um den Handel zu unterstützen, wird es von Brita neben Displays, Aufstellern und Plakaten eine Büchersäule mit Gratis-Rezeptbüchern geben, in denen Gerichte der französischen Küche neu mit Brita-gefiltertem Wasser interpretiert werden. Zusätzlich sind reichweitenstarke Onlinekampagnen, Printanzeigen in qualitativ hochwertigen Magazinen, Facebook Ads, PR und Produkt-Tests geplant, um den Abverkauf zu unterstützen. Die unverbindliche Preis- empfehlung für den ab sofort verfügbaren Tischwasserfilter »Marella« in Weiß, Rot und Blau wird von Brita mit 21,99 Euro angegeben. Im Package-Preis sind jeweils ein Tischwasserfilter und drei Kartuschen inklusive.

Kochen mit Brita Wasser
Insbesondere beim Kochen, Dämpfen und Blanchieren punktet gefiltertes Wasser und eignet sich somit ausgezeichnet für die feine Küche

---

Petra Electric

Weltneuheit für Teetrinker

Olaf Fischer
Geschäftsführer
Petra Deutschland GmbH

➔ **Zur IFA** stellt Petra eine Weltneuheit für Teetrinker vor. Was das Besondere an dem Gerät ist und was die Händler zusätzlich am Messestand erwartet, erfahren wir direkt von Geschäftsführer Olaf Fischer.

electro: Herr Fischer, welche Innovation werden Sie auf der IFA präsentieren?

Olaf Fischer: Wir stellen auf der Messe den »PureTea« Induktionswasserkocher & Teebereiter vor – den ersten Wasserkocher weltweit, der mit Induktionstechnik betrieben wird. Da keine elektronischen Bauteile in der hochwertigen Schott Duran-Glaskanne integriert sind, kann diese, genau wie das Edelstahlteesieb und der Deckel, in der Spülmaschine gereinigt werden. Lästige Kalk- und Teeablagerungen gehören so der Vergangenheit an. Außerdem verbraucht der »Pure Tea« bis zu 20 Prozent weniger Energie als herkömmliche Wasserkocher. Damit setzen wir neue Standards für einen umweltfreundlichen Betrieb von Wasserkochern. Mit dem Gerät können vier unterschiedliche Temperaturstufen von 70 bis 100 Grad Celsius gewählt werden. So kann das Wasser individuell für verschiedene Teesorten ausgewählt werden. Nach dem Erhitzen sorgt die Warmhaltefunktion in den gleichen Temperaturstufen dafür, dass der Tee für mindestens 30 Minuten wohl temperiert bleibt.

electro: Wie unterstützen Sie den Handel bei der Vermarktung Ihrer Neuheit?

Fischer: Wir haben extra für das Produkt ein eigenes Logo mit hohem Wiedererkennungswert kreiert, das auf der attraktiven Verpackung prominent platziert ist. Darüber hinaus stellen wir ein POS-Display zur Verfügung und jeder Wasserkocher wird mit einem Inlay geliefert, das die USP's noch einmal zusammenfasst. Ein Highlight ist eine bundesweite Endkundenaktion in Kooperation mit der Teemarke Meßmer. Wir verlosen Insgesamt 1.000 Teepackungen des beliebten Earl Grey 150 Gramm Schwarztees. Teilnahmekarten sind in den kommenden Monaten der Verpackung des Geräts beigelegt.

electro: Auf welche weiteren Highlights kann sich der Händler beim Besuch des Petra-Messestandes auf der IFA freuen?

Fischer: Wir stellen Neuheiten in all unseren Genusswelten – Kaffee - Frühstück - Küche - Funcooking sowie in der Erlebniswelt Haarstyling vor. Die neue Black Edition-Serie besteht aus einem Haartrockner, einem Reisehaartrockner, einem Haarglätter, einem Lockenstab und einer Heißluftbürste. Weitere Highlights sind eine multifunktionale Küchenmaschine mit Kochfunktion und attraktiven Zubehörteilen sowie ein Zerkleinerer und ein Waffelautomat mit Signalton. Beim Thema Kaffee lassen wir den Kaffeeautomaten KM 98.07 wieder aufleben. Das Nachfolgemodell wird mit einer und mit zwei Isolierkannen erhältlich sein. Wir stellen ein neues Frühstücksset im Einstiegsbereich vor und erweitern unsere Edelstahl-Serie um einen Kaffeeautomaten mit Isolierkanne.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
Petra
Halle 9.0/Stand 106

Vestel auf der IFA
Bei den Hausgeräten stehen Designvarianten und neue Farben im Messe-Mittelpunkt

Zukunftsweisendes Smart Home

Auf der IFA steht die Halle 8.2 ganz im Zeichen von Vestel

Auch in diesem Jahr ist die Vestel Group auf der IFA in der Halle 8.2 zu finden. Das türkische Unternehmen zeigt auf 3.000 Quadratmetern seine aktuellen Sortimente aus Unterhaltungselektronik, Haushaltsgroßgeräten, Smart-Home-Lösungen und B2B-Produkten wie Public Displays, Hotel-TV und LED-Leuchten

Der diesjährige Messeauftritt in Halle 8.2 ist eine konsequente Fortführung und Weiterentwicklung und präsentiert die Produkthighlights und technischen Innovationen in allen Produktbereichen. Das verbindende Element bildet das Smart Home, eine vollautomatisierte Wohnung, in der Vestel zukunftsweisende Möglichkeiten der Heimvernetzung demonstriert.

Özcan Karadogan
Geschäftsführer
Vestel Germany

Vestel ist am Puls der Zeit

»Im letzten Jahr haben wir mit unserem neuen Messeauftritt, mit dem wir erstmals eine ganze Halle gefüllt haben, viele IFA-Besucher überrascht«, erklärt **Özcan Karadogan**, Geschäftsführer Vestel Germany. »Unsere Position als einer der führenden europäischen Hersteller von Weißer und Brauner Ware haben wir so eindrucksvoll in Szene gesetzt. In diesem Jahr gilt es, hier anzuknüpfen«.

»Wo könnte man das besser unter Beweis stellen als auf der IFA«, betont der Geschäftsführer, für den die internationale Leitmesse in Berlin das Highlight im Jahr und wichtige Plattform für den Austausch mit Kunden ist. Die OEM-Kunden können sich vor Ort nicht nur über die Produktnews informieren, sondern direkt individuelle Spezifikationen diskutieren.

Die Möglichkeiten sind vielfältig: Insbesondere in der Weißen Ware präsentiert Vestel auf der IFA zahlreiche neue Designvarianten. Neben einer breiten Farbpalette bietet Vestel auf der Messe eine neue Produktlinie, die den Trend des Nostalgie- und Retro-Designs auf elegante Art und Weise aufgreift. Weiterhin stehen Energieeffizienz und die Vernetzung der Geräte im Fokus. So zeigt Vestel ein breites Sortiment an neuen A+++ und A+++ -70% Waschmaschinen und Geschirrspülern, die zum Teil Wi-Fi-fähig und mit TFT-Display ausgestattet sind.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Vestel
Halle 8.2/Stand 101

caso®
GERMANY

IFA
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
BERLIN, 4–9 SEP 2015

Besuchen Sie unseren neuen und größeren Messestand auf der **IFA**:

Halle 4.1, Stand 206

www.caso-germany.de

Zwei starke Partner

Exklusive Kooperation zwischen Vax und Euronics

Ende März wurde auf dem diesjährigen Euronics-Kongress in Leipzig die neue Kooperation zwischen dem Reinigungs- und Bodenpflegespezialisten Royal Appliance International und der Verbundgruppe Euronics aus Ditzingen bekannt gegeben. Unter dem Motto »VAX & EURONICS – zwei starke Partner« werden definierte Modelle aus dem Bodenstaubsaugersortiment der britischen Premiummarke Vax exklusiv über die Fachhandelspartner der Euronics in Deutschland vermarktet

Heinz Kuboth
Vertriebsdirektor Royal Appliances International für die Marken Vax und Dirt Devil

Sebastian Greul
Leiter Elektrokleingeräte Euronics Deutschland eG

Wie die Kooperation der Partner im Detail aussieht, berichtet uns **Heinz Kuboth**, Vertriebsdirektor bei Royal Appliances International für die Marken Vax und Dirt Devil und welche Vorteile die Euronics-Händler dadurch haben, erfahren wir aus erster Hand direkt von **Sebastian Greul**, dem Leiter Elektrokleingeräte bei der Euronics Deutschland eG.

electro: Herr Greul, was bedeutet die exklusive Kooperation mit der Premiummarke Vax für die Euronics?

Sebastian Greul: Gerade im stark wachsenden Markt der beutellosen Bodenpflegegeräte haben wir die Zusammenarbeit mit Royal Appliance immer schon als Bereicherung empfunden. Durch die exklusive Kooperation mit Vax haben wir nun die Gelegenheit, von Beginn an bei der Entwicklung neuer Produkte mit einbezogen zu werden und somit die Geräte exakt auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden auszurichten. Durch diese klare Differenzierung haben wir die Möglichkeit, unseren Kunden innovative und qualitativ hochwertige Produkte exklusiv anbieten zu können.

Vax Air Silence
Beutelloser Staubsauger

electro: Wie wird der Verkauf der Geräte am POS bei den Euronics-Händlern unterstützt?

Greul: Wichtig sind vor allem produktspezifische bundesweite Schulungen bei unseren Mitgliedern und deren kompetenten Mitarbeitern. Ergänzend werden POS-Präsentationen umgesetzt, sowohl für beutellose Bodenpflege als auch in dem stark wachsenden Bereich der kabellosen Staubsauger. Neben attraktiven Angeboten unseres Exklusivsortiments treiben wir durch nationale Aktionen die Distribution der Marke Vax und somit den Bekanntheitsgrad beim Endkunden weiter voran. Allerdings befinden wir uns noch am Anfang unserer strategischen Partnerschaft und haben sicherlich noch ein paar »To dos« auf beiden Seiten.

electro: Herr Kuboth, warum vermarkten Sie die Bodenstaubsauger der Marke Vax exklusiv über die Euronics?

Heinz Kuboth: Um im wettbewerbsintensiven Markt eine Premium-Marke wie Vax aus Großbritannien erfolgreich aufzubauen und zu entwickeln, braucht der Hersteller einen starken Fachhandelspartner. Unser Partner Euronics zeichnet sich durch seine hochqualitative Distribution aus. Euronics Händler genießen ein überdurchschnittlich hohes Kundenvertrauen, zeichnen sich durch sehr gut geschulte Fachverkäufer sowie eine entsprechende Präsentation und Demonstration unserer Vax-Produkte im Geschäft aus.

Euronics XXL Varel

So reagiert der Handel auf die neue Vax-Linie

Unmittelbar nach dem Euronics Kongress im Frühjahr wurde die neue Vax Staubsauger-Serie an den Handel ausgeliefert und einer der ersten Händler war Euronics XXL im niedersächsischen Varel, der für die Vax-Sauger auch gleich eine Sonderfläche eingerichtet hat, um das gesamte Sortiment zeigen zu können. Vom Vax Air Cordless, über Vax Air Silence bis hin zu Vax Air Silence Pet. »Vax Produkte bieten ein umfangreiches Ausstattungspaket, das auf die Bedürfnisse des deutschen Marktes ausgerichtet ist«, urteilt Marktleiter **Maik Hibbeler** über die neuen Vax-Staubsauger und bemerkt, dass diese Staubsaugerfamilie eine größere Spanne als vergleichbare Produkte anderer Marken bietet.

Vax Air Cordless
Akkusauger mit wechselbaren Akkus

Eine deutliche Tendenz hin zu kabellosen Staubsaugern erkennt auch der Fachmarkt in Varel. »Kabelloses Staubsaugen ist der Trend in der Bodenpflege«, resümiert demnach Maik Hibbeler und ergänzt: »Konsumenten wünschen sich kabellose Staubsauger, die leistungsstark und flexibel sind und eine lange Betriebsleistung bei voller Saugleistung bieten«. Genau für diese Zielgruppe wurde der Vax Air Cordless konzipiert. Mit zwei wechselbaren Lithium-Akkus bietet dieses Gerät ein Alleinstellungsmerkmal, dass es in dieser Form nur von Vax gibt. Während ein Akku lädt, kann der Anwender mit dem zweiten Akku 28 Minuten am Stück saugen. »Das ist selbst ohne Zweitakku noch eine Klasse für sich«, urteilt demnach das Magazin »Haus & Garten Test« in seiner April-Ausgabe.

Vax im Handel Maik Hibbeler von Euronics XXL

electro: Welche Vax Staubsaugermodelle umfasst die Vertriebspartnerschaft und werden weitere folgen?

Kuboth: Unsere exklusive Vertriebspartnerschaft startete erfolgreich mit der Vax Bodenstaubsaugerserie Air Silence. Ausgestattet mit Multicyclone-Technologie sind sie ebenso saugstark wie energiesparend sowie leise und kommen bei den Euronics-Kunden gut an. Der Vax Air Silence, der Air Silence Pet und als Dritter im Bunde, der Vax Air Silence Powered Head mit motorbetriebener Turbobürste für die besonders gründliche Reinigung von Teppichböden haben in der ersten Phase unserer Zusammenarbeit die gemeinsamen Vertriebsziele nicht nur erreicht, sondern teils übererfüllt. Der außergewöhnliche Vax Air Revolve, der buchstäblich die Welt der Bodenstaubsauger innovativ und stylisch auf den Kopf stellt und neue Modelle der kabellosen Vax Air Cordless-Serie runden das Sortiment bei Euronics ab.

Stark bei Tierhaaren Variante »Pet«

electro: Bieten Sie den Euronics-Händlern spezielle Schulungen für Ihre Geräte an?

Kuboth: Erfolgskritisch bei jeder Vertriebskooperation sind die Themen Information und Schulung. Unsere erfahrenen Außendienstmitarbeiter nehmen sich viel Zeit für die gründliche Vorort-Schulung der Euronics-Kollegen.

electro: Gibt es durch die Kooperation weitere Maßnahmen im Bereich Service und Vermarkungsaktivitäten?

Kuboth: Wir unterstützen Euronics bei der Vermarktung unserer innovativen Vax-Produkte nicht nur mit individueller POS-Kommunikation. Der Kunde erhält bei Euronics auch drei Jahre Garantie auf unsere Geräte. Ein Kunden-Benefit, den es nur bei einem guten Fachhändler und einer Premium-Marke gibt.

Vax Bodenpflege – Überzeugende Technologien

Ganz leise gehen die beutellosen **Vax Air Silence** Modelle ihrer Arbeit nach. Den Ingenieuren von Vax ist es gelungen, leistungsstarke Multicyclone Bodenstaubsauger mit einem besonders leisen Betriebsgeräusch zu entwickeln. Die Bestnoten auf dem Energielabel - dreimal A – zeigen, dass die Geräte mit hoher Reinigungsleistung bei gleichzeitig niedrigem Energieverbrauch überzeugen: Reinigungsleistung auf Hartböden (A), in der Energieeffizienz (A) und in der Filtrationsklasse (A).

Neben dem exklusiven Bodenstaubsauger Sortiment führt Vax leistungsstarke, kabellose Staubsauger, die ihresgleichen suchen. Der **Vax Air Cordless** überzeugte unlängst bei »Haus & Garten Test« – Ausgabe 04/2015 und erhielt die Auszeichnung »sehr gut«. Mit »Cordless Lift« und »Cordless Switch« bringt der Bodenreinigungsspezialist jetzt zwei weitere Akku-Modelle der Serie Vax Air auf den Markt und liefert damit für jede Reinigungssituation das passende Gerät. Zudem verfügen die Sauger über austauschbare Lithium Life Akkus, die in jedes Air Cordless Gerät passen.

Diese Modelle schenken mit ihren individuellen Einsatzprofilen dem Konsumenten die neue Freiheit, ein ganzes Haus ohne Grenzen und Hindernisse zu saugen: leistungsstark und unabhängig von der Steckdose. Kein verheddertes oder eingeklemmtes Kabel wird zur Stolperfalle, keine Kabellänge engt den Aktionsradius ein.

Auf der IFA 2015 in Berlin präsentiert Royal Appliance International unter dem Motto »Leading technologies to smarter cleaning« die Produktneuheiten seiner Marken Dirt Devil und Vax.

IFA
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Dirt Devil & Vax: Halle 3.1/102

Euronics: Halle 23/Stand 102

UNOLD®

TOASTER Turbo

WELTNEUHEIT

TOASTER Turbo –

Doppelt schnell, doppelt lecker!

Für alle, die es eilig haben oder den leckeren Geschmack von getoastetem Brot nicht abwarten können, gibt es jetzt die **patentierte Turbo-Toast-Funktion**. Der neue UNOLD® Toaster Turbo röstet Brotscheiben und Brötchen blitzschnell und gilt als einer der **schnellsten Toaster der Welt**. Ob dunkel oder hell – dank **stufenlos einstellbarem Röstgrad** kommt jeder auf seine Kosten. Die Liftfunktion erleichtert das Entnehmen des Toasts. Mit **4 Funktionen** (Toasten, Auftauen, Aufwärmen und Stoppen), **integriertem Brötchenaufsatz** und **entnehmbarer Krümelschublade**. Bestell-Nr. 38955

UNOLD®
TOASTER Turbo
Weltneuheit!
„Doppelt so schnell wie andere Toaster"
*doppelt so schnell wie herkömmliche Toaster
Artikel-Nr. 38955

38955 TOASTER Turbo

UNOLD AG D-68766 Hockenheim · www.unold.de

Premiere auf der IFA 2015

Connectivity bei allen Hausgeräten

Zur IFA wird Siemens Hausgeräte ein vernetztes Vollsortiment an Hausgeräten anbieten. Nach vernetzten Backöfen und Geschirrspülern komplettieren nun Neuheiten in den Bereichen Wäschepflege und Kühlen das Angebot an connectivityfähigen Geräten

Roland Hagenbucher
Geschäftsführer
Siemens Hausgeräte

Alle vernetzten Hausgeräte der Marke Siemens sind über eine einzige App – die Home Connect App – steuerbar. »Kein anderer Anbieter verfügt über ein derartiges Komplettangebot an vernetzten Hausgeräten oder diesen Umfang an Funktionalitäten«, betont **Roland Hagenbucher**, Geschäftsführer Siemens Hausgeräte. Und das hat gute Gründe. Siemens sieht vernetzte Technologien im Zentrum des Haushaltes der Zukunft und auf dem besten Weg zum Massenphänomen. Quer durch alle Altersgruppen hindurch wünschen sich immer mehr Menschen Smart-Home-Lösungen.

»Dabei geht es nicht nur um simple Erleichterung des Alltags«, führt Hagenbucher weiter aus. »Intelligente und vernetzte Hausgeräte geben den Menschen des digitalen Zeitalters die Sicherheit, ihr Leben ganz nach persönlichem Wunsch zu gestalten und dem Alltag das Alltägliche zu nehmen«, so der Geschäftsführer. Zahlen und Fakten dazu wird Siemens Hausgeräte mit einem neuen Trendreport zur IFA im September 2015 liefern, den die Marke gemeinsam mit dem Zukunftsinstitut erarbeitet.

Schon der letzte Siemens Trendreport »Future Living« von 2013 hatte ergeben, dass moderne Menschen immer weniger planen. In der heutigen Ad-hoc-Gesellschaft gehören überraschende Änderungen des Tagesablaufs zum Alltag. Dadurch entsteht ein erhöhtes Bedürfnis nach Spontaneität und Flexibilität, beispielsweise auch beim Einkaufen und Kochen. Mit dem ersten vernetzten Kühlschrank von Siemens Hausgeräte zieht beispielsweise die Vorratshaltung »on demand« und damit ein neuer Haushaltsmanager in die Küche ein. Diese spannenden Themen zeigt Siemens ausführlich in auf seinem Messestand auf der IFA.

Home Connect Appartement

Alle Siemens Neuheiten sind vom 4. bis zum 9. September auf der IFA in Berlin zu sehen und zu erleben. Im neuen Home Connect Appartement inszeniert die Marke die voll vernetzte Küche. Neben Geschirrspülern und Backöfen kann sich das Messepublikum auf weitere vernetzte Neuheiten freuen. Mithilfe von Tablets können Besucher die digitalen Möglichkeiten und Mehrwerte vor Ort kennenlernen und testen.

Siemens
Halle 1.1/Stand 101

Mit Home Connect zum perfekten Ergebnis

Digitale Unterstützung im Alltag

Die über WLAN verbundenen Bosch Hausgeräte, die von mobilen Endgeräten aus gesteuert werden können, kommen dem zunehmenden Verbraucherwunsch nach Vernetzung im Haushalt nach. Diesen Weg setzt Bosch in Berlin auf der IFA 2015 fort

Läuft die Waschmaschine, ist der Ofen ausgeschaltet oder steht der Kühlschrank offen? Mit der Home Connect App von Bosch hat der Konsument stets alles im Blick, denn sie zeigt zuverlässig an, welchen Status die Geräte haben. Egal, ob man gerade im Stau steht oder das Meeting länger dauert. Mittels dieser App können Hausgeräte ganz bequem von unterwegs ein- oder ausgeschaltet werden. Auch die Temperatur oder das Programm lässt sich mobil verändern. Bisher konnten die Backöfen und Geschirrspüler von Bosch mit Home Connect gesteuert werden. Künftig lassen sich nun auch Kühlschränke, Waschmaschinen und Wäschetrockner als auch der Kaffeevollautomat von Bosch von unterwegs aus bedienen. Einschließlich Programmauswahl und Hinzufügen von Sonderfunktionen. Sogar eine Benachrichtigungsfunktion ist möglich. Push-Mails informieren, wenn das Programm fertig ist. Das ist auch zu Hause praktisch.

Ein Mehrwert im Alltag kann auch mehr Genuss im Alltag bedeuten. Besonders wenn es um das Lieblingsgetränk der meisten Erwachsenen geht. Wer morgens ohne seinen Kaffee schlecht in die Gänge kommt, hat jetzt die Auswahl unter zahlreichen internationalen Spezialitäten. Mit der digitalen »Coffee World« lässt sich vom »Australian Flat White« bis zum spanischen »Café Cortado« eine Vielzahl an Kaffeespezialitäten in Perfektion zaubern. Bevorzugte Varianten und Einstellungen könnten abgespeichert werden. Auch eigene Kreationen lassen sich via App ganz einfach konfigurieren, speichern und benennen. Kaffeegenuss ist damit keine Sache des Zufalls mehr, sondern lässt sich mit größter Präzision täglich wiederholen.

Praktisch Rezepte aus dem Netz direkt ins Gerät

Die digitale Entwicklung schreitet immer weiter voran. Ob automatische Programmwahl, Kühlschrankkameras zur besseren Vorratskontrolle oder Kundenservice 2.0, bei dem Geräte per Ferndiagnose gewartet werden können. Bosch bietet immer mehr Möglichkeiten, die digitale Welt sinnvoll in den Haushalten zu verankern und den Konsumenten den Umgang mit alltäglichen Arbeiten zu erleichtern.

Bosch
Halle 3.1/Stand 101

Miele auf der IFA 2015

Messe-Motto: »Inspired by life«

Die IFA steht für Miele im Zeichen von Komfort, Genuss und Vernetzung. Zu den exklusiven Neuheiten zählen das weltweit erste vernetzte Waschmittel-Dosiersystem sowie ein Kaffeevollautomat, der auch anspruchsvolle Teefreunde begeistern dürfte

Frank Jüttner
Leiter Miele Vertriebsgesellschaft

Edition Conn@ct
Via App in drei Klicks zur Waschmittel-Bestellung

In diesem Jahr begrüßt Miele seine Besucher mit einem fast fünf Meter hohen und acht Meter breiten »Brandenburger Tor«, geformt aus 39 Miele-Waschmaschinen. So kombiniert das Unternehmen das Wahrzeichen Berlins mit der traditionsreichsten Produktgruppe des Unternehmens. Den sprichwörtlichen »Roten Faden« für das Neuheitenportfolio liefert das Motto »Inspired by life«.

»Unsere aktuellen IFA-Highlights zeigen einmal mehr, wie die Produktentwickler und Designer bei Miele dazu beitragen, das Leben der Menschen noch ein wenig schöner und bequemer zu gestalten«, erklärt **Frank Jüttner**, Chef der Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland, und hierbei lieferten die Bedürfnisse und Anregungen der Kunden entscheidende Inspirationen.

Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang beispielsweise die Funktion Edition Conn@ct: Geht Waschmittel zur Neige, meldet sich das Miele-Dosiersystem Twin Dos automatisch via Internet auf Smartphone oder Tablet des Benutzers – und mit wenigen Klicks lässt sich Ersatz bestellen. »Hier profitieren Miele-Kunden«, so Jüttner weiter, »von unserer doppelten Vorreiterrolle bei der Waschmitteldosierung wie auch der Vernetzung.«

Starke Resonanz dürfte es auch für den neuen Miele Stand-Kaffeevollautomaten CM7 geben, mit selbsttätiger Entkalkung sowie heißem Wasser in unterschiedlichen Temperaturen für verschiedene Teesorten. Nähere Details zu einer ebenfalls angekündigten Neuheit im Bereich der Kochfelder werden erst auf der IFA selbst enthüllt. Weitere Produkte aus den Bereichen Kochen, Geschirrspülen, Waschen und Staubsaugen runden das Portfolio ab.

Miele
Halle 2.1/Stand 101

Liebherr

Die besten Gefriergeräte im Test

»Zügig frosten, sicher lagern« – lautet das diesjährige Ergebnis nach dem jüngsten Gefriergerätevergleich der Stiftung Warentest. Dabei gehören Liebherr-Geräte zu den besten ihrer Klasse

Für tiefgekühlte Lebensmittel sind Gefriergeräte der ideale Lagerort. Sie sind wahre Ausdauerathleten: 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr müssen die Geräte zuverlässig Kälte liefern, Frischequalität von Lebensmitteln gewährleisten und uns den Alltag erleichtern. Im aktuellen Test der Stiftung Warentest mussten sich 25 Gefriertruhen, Standgefrierschränke und kleine Gefrierschränke bewähren. Bewertungskriterien bei Stiftung-Warentest vom Juli 2015 waren Einfrieren, Temperaturstabilität beim Lagern, Geräusche und Vibration, Stromverbrauch, Handhabung sowie Verhalten bei Störung.

Dabei erhielt der Gefrierschrank GNP 3666 von Liebherr die Note 1,9 und ist somit einer der Testsieger seiner Klasse. Die Gefriertruhe GTP 2356 mit der Note 1,8 führt die Spitze der Gefriertruhen an.

Auch bei den kleinen Gefrierschränken konnte das Modell IGN 1654 mit dem Testurteil »gut« in seiner Klasse überzeugen. Sehr hohen Komfort in der täglichen Anwendung bieten der getestete Standgefrierschrank und die Truhe, beide eingestuft in der Energieeffizienzklasse A+++. Neben einem hervorragenden Energieverbrauchswert überzeugen sie mit einer sehr guten Temperaturstabilität beim Lagern der Lebensmittel. Auch bei einem Stromausfall erweisen sich die beiden Geräte als gute Kältespeicher und warnen zuverlässig bei Störungen. Beim schnellen Einfrieren ist der Einbaugefrierschrank

Testsieger
Liebherr schneidet bei der Stiftung Warentest mit guten Ergebnissen ab

IGN 1654 ganz vorne und ist dabei sehr leise. Liebherr zeigt sein aktuelles Portfolio an Kühl- und Gefrierschränken in Halle 2.1 vom 4. bis 9. September 2015 auf der IFA in Berlin.

Liebherr
Halle 2.1/Stand 201

Backofen-Funktion Plus Steam

Ein Plus an Knusprigkeit mit AEG

Kaum etwas ist so verführerisch, wie der Duft von frischem Brot oder Gebäck, der durch das Haus zieht. Die Kruste sollte perfekt goldbraun und die Krume elastisch und locker werden. Das gelingt nicht jedem. Aber der AEG Herd mit Plus Steam Funktion sorgt nun zuhause für perfekt gebackenes Brot wie vom Bäcker

Auf der IFA 2015 können sich die Besucher von dieser Knusprigkeit persönlich überzeugen, denn in Berlin können die AEG Geräte am Messestand wieder in Aktion erlebt werden und es wird gezeigt, wie unter idealen Bedingungen gelungene Backergebnisse entstehen.

Beim Brot backen etwa entwickelt sich dank der AEG Plus Steam Funktion in den ersten zehn bis fünfzehn Minuten des Backvorgangs die notwendige Feuchtigkeit. Sie sorgt für eine Schicht feuchter Stärke auf der Oberfläche, welche die Kruste glatt, glänzend und knusprig werden lässt.

Nachdem der Dampf verdunstet ist, sorgt trockene Heißluft für gleichmäßige Bräunung und eine knusprige goldbraune Brotrinde. In einem trockenen Ofen jedoch verdampft das Wasser von der Oberfläche des Gebäcks zu schnell. Dies macht die Kruste vorzeitig trocken, unelastisch und verhindert zudem, dass der Teig richtig aufgeht.

Auch Kuchen wird durch die Zugabe von Feuchtigkeit im Garraum besonders locker und saftig. Zudem sorgt die Feuchtigkeit für das ideale Klima beim Aufgehen von Hefeteig. Mit dem AEG Plus Steam ist der wichtige Schritt, der oft misslingt, kein Problem mehr. Einfach den Teig bei niedriger Temperatur und der Plus Steam Funktion in einer geeigneten Schüssel in den Ofen stellen und ungefähr 30 Minuten gehen lassen. Dies spart nicht nur Zeit, sondern auch Nerven.

Für perfekte Backergebnisse
AEG Herd mit Pro Steam Technologie

Schonende Wäschepflege

Traditionell punktet die Marke AEG mit innovativen und ökonomischen Wäschepflege-Geräten und stellt in Berlin deshalb auch das aktuellen Sortiment in den Mittelpunkt der Ausstellung. So sorgen die AEG Öko Mix Waschmaschinen für ein gutes Gewissen und machen dennoch alle Modetrends mit. Selbst empfindliche Stoffe wie Seide und Wolle werden schonend gereinigt und ein spezielles Jeansprogramm pflegt Denim besonders gut. Dank der Weiterentwicklung der Öko Mix Geräte wird der Waschgang nun noch schonender.

Mit dem Modell Öko Kombi Plus präsentiert AEG auf der IFA den ersten und einzigen Waschtrockner mit Wärmepumpen-Technologie. Bei diesem Gerät wird nicht nur sensible Kleidung sondern auch die Stromrechnung geschont. »Empfindliche Gewebe können in der Waschmaschine wesentlich schonender gewaschen werden als mit der Hand«, sagt **Michael Wolf**, Produktmanager für Wäschepflege bei AEG. So behandelt der neue AEG Öko Kombi Plus Waschtrockner Wäsche so schonend, dass er mit dem Woolmark Blue-Zertifikat ausgezeichnet wurde und selbst für das Waschen und Trocknen von empfindlicher handwaschbarer Wolle und Feinem geeignet ist.

Besonders schonend trocknen auch die AEG Trockengeräte, die dank Absolute Care Technologie die Wäsche vor Verschleiß, Verblassen und Schrumpfen schützen und neue Standards in der Kleiderpflege setzen.

Im wachsenden Segment der Waschtrockner bietet AEG mit dem neuen Dual Sense-Gerät einen Allrounder, der mit dem Non Stop Programm bis zu einem Kilogramm Wäsche innerhalb von 60 Minuten wäscht und trocknet. So kann man die Lieblingsbluse nach einer Stunde bereits wieder anziehen.

AEG
Halle 4.1/Stand 101

Martin Büttner
Geschäftsführer
Amica International

IFA 2015, area30 und Futura

Heißer Messeherbst für Amica

Auf der IFA zeigt Amica dieses Jahr wieder Flagge und wird seine Neuheiten auf noch größerer Fläche ausstellen. Nachdem die Erweiterungswünsche in der Grundfläche nicht realisierbar waren, wächst Amica in die Höhe und baut ein zweites Obergeschoss für den kompletten administrativen Teil des Standes.

»Damit gewinnen wir erhebliche Nutzflächen für die Warenpräsentation aller Marken. Es dominiert wie bisher die Marke Amica in unserer internationalen Konzernpräsentation mit Schwerpunkt der deutschen Sortimente«, betont **Martin Büttner**, Geschäftsführer Amica International. In einer eigenen Präsentation sind die Tochtergesellschaften Gram aus Dänemark und Hansa Haushaltsgeräte aus Russland ebenso auf der erweiterten Standfläche zu sehen.

»Das Konzept, das komplette Markenportfolio als Leistungsbeweis zu zeigen und unseren Handelspartnern und Vertretern der Presse damit ein umfassendes Bild unseres Konzerns zu bieten, hat sich bereits mehrmals bestens bewährt«, informiert Marketingleiterin **Maria Stork**.

Die Standbesucher erwartet ein bunter Strauß an interessanten Neuheiten und als absolutes Highlight die neue Designlinie »IN.«. Bereits auf der IFA 2014 wurde diese Linie als Studie vorgestellt. Nach der Einführung in diesem Frühjahr zeigen sich im polnischen Markt bereits erste Erfolge.

Erstmals hat sich Amica auch für die Teilnahme an der Futura in Salzburg vom 17. bis 19. September entschieden. In Ostwestfalen geht es dann vom 19. bis 24. September mit der erneuten Teilnahme an der area30 im heißen Messeherbst für Amica weiter. Martin Büttner und sein gesamtes Team freuen sich auf zahlreiche Besucher und interessante Gespräche.

Amica
Halle 7.1b/Stand 101

Beko auf der IFA 2015

Energieeffiziente Hausgeräte

In der Beko-Halle 5.1 sehen die Besucher auf der IFA zahlreiche Neuentwicklungen im Bereich der Einbau- und Standgeräte

Auf rund 2.600 Quadratmetern Standfläche präsentiert die Marke Beko dieses Jahr sein Produkt-Portfolio auf der IFA. Zu entdecken gibt es unter anderem die XL-Waschmaschine WYA 101483 PTLE, das Side-by-Side-Gerät GNE60530 DX, die Kaminhaube HCB61734BSH sowie den XL-Geschirrspüler DIT 28320.

Viel Platz Side-by-Side-Gerät GNE60530 DX

Gekühlte Getränke und knackiges Obst sind in den warmen Sommermonaten besonders gefragt. Das neue French Door Side-by-Side-Modell von Beko in der Energieeffizienzklasse A++ wartet mit 530 Litern Nutzinhalt auf und bietet damit viel Platz für Getränkeflaschen, Wassermelone und Co. Erfrischung auf Knopfdruck ermöglicht ein Kaltwasserspender, der in der Aussparung der Flügeltüren integriert ist. Auch die Versorgung mit Eiswürfeln ist rund um die Uhr gesichert. In der oberen Gefrierschublade befindet sich ein Fach mit Wasseranschluss, in dem automatisch Eiswürfel hergestellt werden. Für die optimale Lagerung von frischen Lebensmitteln sorgen gleich mehrere smarte Features, die Beko auf der IFA ausführlich zeigt.

Neue Beko Waschmaschine

Zehn Kilogramm Fassungsvermögen und zehn Jahr Motorgarantie. Für mehrköpfige Familien sind das gleich zwei gute Argumente für die neue Waschmaschine von Beko. Dank ihres starken Pro Smart Inverter Motors verfügt dieses Modell über die Energieeffizienzklasse A+++, eine variable Schleudergeschwindigkeit von bis zu 1.400 Umdrehungen pro Minute und 16 Programmen. Besonderes Highlights sind das Baby Protect Programm speziell für Babykleidung und Allergiker sowie eine Pet Hair Removal Funktion für Verbraucher mit tierischen Familienmitgliedern.

Beko
Halle 5.1/Stand 101

Wachstumsmarkt

Neuer Akku-Staubsauger mit Zyklon-Technologie

Für noch mehr funktionalen Komfort im Haushalt erweitert Grundig sein Floor-Care Segment mit dem neuen Akku-Staubsauger VCH 9530 um ein besonders flexibel einsetzbares sowie effizientes Modell. Damit geht eine gründliche Reinigung schnell und unkompliziert von der Hand – und zwar kabel- und beutellos. Freistehend ist der formschöne Akku-Staubsauger mit abklappbarem Griff dank seines einfachen Handlings sowie geringen Gewichts flexibel einsetzbar und leicht zu manövrieren – und das bis zu 40 Minuten. Ob auf der Treppe, dem Sofa oder in den Ecken – seine kraftvollen 36 V NiMH Akkus sorgen für eine starke Saugleistung und eine lange Lebensdauer. Die Kontrollanzeige zeigt den Ladezustand der Akkus an, die nach fünf Stunden wieder aufgeladen und einsatzbereit sind. Die Hochleistungs-Elektrobürste entfernt auch hartnäckige Verschmutzungen sowie Tierhaare mühelos auf allen Bodenbelägen. Nicht nur kabel-, sondern auch beutellos ist der VCH 9530 mit einem effizienten Filtersystem mit Zyklontechnologie für besondere Reinheit ausgestattet. Der Staubbehälter umfasst bis zu 650 Milliliter Trockenschmutz und lässt sich besonders einfach leeren. Die waschbaren HEPA- und Schwamm-Filter sorgen dabei für die nötige Hygiene.

Grundig Akku-Stielsauger Modell VCH 9530

Grundig
Halle 23/Stand 101

★ ★ ★
GERMAN QUALITY
since 1892

S› SPECIAL: NEUE SERIE
PREMIUM

FLIEGENDE HAARE…

sind für die Staubsauger unserer **neuen Produktlinie S'Special** kein Problem mehr. Sie entfernen nicht nur kraftvoll und energieeffizient feinste Staubpartikel, sondern sogar mühelos Tierhaare und Gerüche.

S› SPECIAL car PET & carpets

S› SPECIAL car PET & carpets nonstop

SEVERIN

SEVERIN Floorcare GmbH
Sundern/Sauerland
Tel +49 2933 982-0 · information@severin.de
www.severin-floorcare.de

Cooles Design in trendigen Farben
Die beliebten Solitärgeräte von Gorenje sind in jedem Ambiente ein Blickpunkt und überzeugen zudem mit modernster Technologie

Neue Brand Identity und neuer Markenclaim »Life Simplified«

Gorenje präsentiert auf der IFA die neue Kollektion »Philippe Starck«

Nach erfolgreicher Zusammenarbeit mit dem italienischen Design Studio »Pininfarina«, dem französischen »enfant terrible« Ora-Ïto sowie dem bekannten Industriedesigner Karim Rashid aus New York wird Gorenje dieses Jahr mit dem international gefeierten Star-Designer Philippe Starck im Bereich Design und Entwicklung von Hausgeräten zusammenarbeiten. Eine neue, inspirierende Gerätelinie wird auf der IFA 2015 im September Premiere feiern

In diesem Jahr nutzt Gorenje die internationale Plattform der IFA wieder, um in Halle 1.1 auf gewohnter Standfläche die Neuheiten aus dem Sortiments- und Markenportfolio für die Messebesucher wirkungsvoll in Szene zu setzen. Der Markenauftritt von Gorenje in Berlin auf mittlerweile rund 920 Quadratmeter und zwei Etagen erfolgt in neuem Corporate Design. Das Geheimnis um die angekündigte und mit Spannung erwartete Kollektion »Philippe Starck« wird jedoch erst zur IFA gelüftet.

Aber Gorenje hat noch mehr im Messegepäck. Seit 65 Jahren überzeugt die Gorenje Gruppe weltweit in mittlerweile über 90 Märkten mit ausgezeichneter Qualität sowie innovativen und nutzerfreundlichen Produkten. Im hektischen Alltag liefern Hausgeräte von Gorenje eine Vielzahl praktischer Lösungen, die das Leben sehr viel unkomplizierter und wesentlich einfacher machen. Zum Beispiel smarte Ideen für mehr Zeit für die wirklich wichtigen Dinge im Leben.

Seit mehr als zehn Jahren punkten die Retro-Kühlschränke mit sehr guter Energieeffizienz sowie kontinuierlicher Weiterentwicklung ihrer komfortablen Ausstattung. Die kultigen Kältegeräte sind nach wie vor heiß begehrt, denn mit ihnen setzt ein trendiges Lifestyle-Produkt sowohl ausdrucksstarke als auch farbenfrohe Akzente im Wohn- und Essbereich. Auf der IFA 2015 präsentiert Gorenje nun die neue Ion Generation seines Retro-Sortiments. Mittels IonAir MultiFlow 360° bzw. IonAir DynamicCooling sowie dem sensorgesteuerten Temperaturmanagement AdaptTech mit Memory Funktion bleiben Lebensmittel durch optimale Kühlbedingungen länger frisch, knackig und vitaminreich.

Ein Sortimentsquerschnitt von Senso Care Waschmaschinen und Trocknern mit umweltfreundlicher Sensor-IQ-Technologie, von Dunstabzugshauben mit innovativer AdaptAir-Technologie und Adapt Tech-Sensortechnologie, einer neuen Generation von energieeffizienten Backöfen und Herden mit patentierter Home Made Technologie, innovativem Luftzirkulationssystem und vollautomatischer Voreinstellung für perfekte Kochresultate runden zusammen mit modernen Kochfeldern mit Flex Induktion, Bridgefunktion oder mit zum Patent angemeldeter Sensor-Technologie das IFA-Ausstellungsportfolio 2015 von Gorenje ab.

Gorenje
Halle 1.1/Stand 201

Distribution über W&B

Range Cooker der Marke »Stoves« aus Großbritannien

W&B Dr. Becker Appliances präsentiert auf der diesjährigen IFA am Stand der Glen Dimplex Home Appliances die original britischen Stoves Range Cooker sowie freistehenden Herde. Kunden und Interessenten sind herzlich eingeladen, sich über die Vorteile und vielen Neuigkeiten zu informieren.

Die Stoves Range Cooker werden in Deutschland vom Distributor W&B Dr. Becker Appliances vertrieben. Geschäftsführer **Dr. Helmut E. Becker** und seinem Vertriebsteam ist der persönliche, intensive Gedankenaustausch in Berlin besonders wichtig: »Die Marke Stoves bietet dem Konsumenten Sicherheit und begeistert durch innovative Ideen. Der Konsument steht schon bei der Entwicklung neuer Produkte im Mittelpunkt. Achtsamkeit und Markenvertrauen sind ein echter Beitrag zur Lebensqualität«. Mit den vielen Funktionen bringen die Range Cooker jeden leidenschaftlichen Koch zum Strahlen. Zu den Besonderheiten zählen vor allem die vier großen Öfen: Grill mit Ober- und Unterhitze, der Multifunktionsbackofen mit neun Funktionen, der Heißluftofen sowie der einzigartige Slow Cooker.

Die vielen Kochstellen, wahlweise ausgestattet mit Gasbrennern oder mit Touch-Control-Induktion, bieten genügend Platz, um auch aufwendige Gerichte zu kreieren. Unterschiedliche Temperaturen in den Öfen schenken ungeahnte Flexibilität beim Kochen, denn es können verschiedene Gerichte gleichzeitig zubereitet werden. Je nach Ansprüchen können die Range Cooker in den Breiten 90, 100 oder 110 Zentimeter, sowie im klassischen oder modern-eleganten Design gewählt werden. Zudem sind sie in jeder Farbe zu erhalten, um das Küchendesign zu vervollständigen bzw. gewollt Kontraste zu setzen.

Stoves Range Cooker
Außen Retro und innen Hightech

W&B Dr. Becker Appliances
Halle 6.1/Stand 111

Premiere auf der IFA in Berlin

Carrera setzt Emotionen frei. Und Geschlechterrollen außer Kraft

Zur IFA 2015 präsentiert die Marke Carrera eine komplett neue Range von Personal Care Produkten im Premium Segment

Unter den Leitmotiven Design, Power und Originalität kündigte Carrera bereits zur IFA 2014 an, wohin die Reise geht und zeigte in der sogenannten »Garage« die Zukunft der Marke. Aus der Idee wird nun Wirklichkeit: Mit insgesamt 16 komplett neu entwickelten Produkten aus den Bereichen Personal Care und Küche präsentiert sich Carrera mit völlig neuer Ausrichtung auf der IFA 2015.

Designer **Dirk Hagen Zimmermann** und Produktmanagerin **Anja Herling** sind mit ihrem zwölfköpfigem Design- und Entwicklungsteam verantwortlich für die Produktentwicklung bei Carrera. »Carrera hat seinen Ursprung im Rennsport, der »Carrera Panamericana«, dem härtesten Autorennen aller Zeiten«, betont der Designer. »Hier liegen die Werte, der genetische Code der Marke, auf dessen Basis wir die Produkte und alle unsere Leistungen neu aufgebaut haben. Zuverlässigkeit, Leistung und Konzentration auf das Wesentliche standen Pate bei der Entwicklung und dem Design«, stellt Zimmermann fest.

Die Produktfamilie ist aus einem Guss, alle Produkte verfügen über eine Anzahl immer wiederkehrender Elemente, welche sie im Regal unverwechselbar machen. Design und Funktion sind technisch-sachlich und durchdacht bis ins kleinste Detail, wobei Analogien aus Interieur- und Exterieur-Design des Motorsport- und Automobildesign gewollt sind.

Modell 521
Durchdacht in jedem Detail

»Wir haben uns bewusst gegen die ansonsten üblichen Designausrichtungen »kosmetisch« im Personal Care-Segment und »weiß-bunt« in der Küche entschieden und setzen auf den Trend zur Individualität – einer Verbesonderung von Alltagsgegenständen«, konstatiert Zimmermann und ergänzt: »Zudem haben wir bei unserem Produktdesign nicht nach tradiertem Rollendenken in eine starre weibliche oder männliche Ausrichtung unterschieden. Denn insbesondere bei technischen Produkten ist erkennbar, dass eine geschlechtsspezifische Differenzierung beim Design stark rückläufig ist. Unsere Zielgruppe denkt nicht in Pink oder Silber, wir nennen das »gender-neutral«. Frauen und Männer kaufen zunehmend die gleichen Mobiltelefone, Fernseher und Automobile, das gilt auch für Elektrokleingeräte.«

Besonders stolz ist man bei Carrera auch auf das innovative und hochwertige Verpackungskonzept für alle Produkte. Angefangen bei einer edlen, hochwertigen Box, ausgestattet mit einem großzügigen Deckel, einer separaten Produkteinfassung bis hin zur durchlaufenden Produktseriennummer erinnert das Format an eine luxuriöse Schmuckschatulle. »Wir sind A-Marke«, erklärt Anja Herling »und das muss sich selbstverständlich auch in der Verpackung wieder finden. Wir sind davon überzeugt, dass gerade der Fachhandel dies zu schätzen weiß.«

Geschäftsführer **Michael Rotthaus** ist optimistisch: »Wir haben in den vergangenen zwölf Monaten jede Menge erreicht. Unsere Strukturen im Vertrieb und Service sind bestens gerüstet, wir haben ein konsequentes Produktportfolio und eine innovationsorientierte Produkt- und Marketingstrategie für die kommenden Jahre. Wir wollen zusammen mit unseren Partnern wachsen, und so freuen wir uns insbesondere, unsere Sortimentserweiterung in Richtung Küchenkleingeräte auf der IFA präsentieren zu können!«

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
Carrera
Halle 9.0/Stand 115

Seit mehr als 60 Jahren produziert das Unternehmen **SEVERIN** aus dem sauerländischen Sundern Elektrokleingeräte, die das tägliche Leben so einfach wie möglich machen. Deutsche Qualitätsstandards in Verbindung mit kundenfreundlicher und optimierter Handhabung definieren den eigenen Anspruch der Traditionsmarke.

Zur Erweiterung unserer Verkaufsmannschaft suchen wir für Baden-Württemberg zum nächstmöglichen Termin eine/n

Regionalleiter (m/w)

Das bringen Sie mit:
- Mindestens zwei Jahre Führungserfahrung als Regionalleiter/in im Bereich Elektrokleingeräte
- Ausgezeichnete Kontakte zu den Entscheidern der Einkaufskooperationen, Großvertriebsformen und Händlern
- Sicheres, gepflegtes Auftreten und Verhandlungsgeschick sowie gute kommunikative Fähigkeiten
- Teamgeist, Selbständigkeit und Flexibilität sowie sicherer Umgang im Schrift- und Telefonverkehr
- Hohes Engagement, Einsatzbereitschaft und Belastbarkeit auch außerhalb der üblichen Arbeitszeiten
- Große Reisebereitschaft und eine gültige Fahrerlaubnis

Das ist Ihre Hauptaufgabe:
- Bestandskundenpflege sowie regelmäßige und enge Betreuung der FH-Partner
- Neukundengewinnung im Objektgeschäft
- Besuch von Messen und Special-Events

Das bieten wir Ihnen:
- Freundliches und engagiertes Team
- Einen sicheren Arbeitsplatz in einem gesunden und wachsenden Familienunternehmen
- Leistungsgerechtes Einkommen sowie einen Firmenwagen

Bitte bewerben Sie sich online unter Luisa.Schwefer@severin.de. Wir freuen uns auf Ihre Unterlagen.
Bei Rückfragen erreichen Sie unsere Personalabteilung unter der Telefonnummer 0 29 33 - 982 302.

SEVERIN

Ziel ist der konsequente Ausbau des Hausgeräte-Portfolios

Auf der diesjährigen IFA wird Hisense auf einem noch größeren Messestand als in den letzten Jahren seine neuesten Technik-Innovationen in Halle 6.2 präsentieren. Welche Hausgeräte im Messefokus stehen, erfahren wir im direkten Dialog von **Andre Lange**, Commercial Director Hisense Germany GmbH

electro: Herr Lange, welche Visionen in Bezug auf die künftigen Aktivitäten im deutschen Markt haben Sie für Hisense Deutschland und welche langfristigen Ziele verfolgt Hisense im deutschen Markt und in welchen Vertriebskanälen?

Andre Lange: Laut Altkanzler Helmut Schmidt sollte man mit Visionen besser zum Arzt gehen, und ähnlich sehen wir das bei Hisense Germany auch. Wir verfolgen langfristig gesteckte Ziele, an deren Erfüllung wir kontinuierlich arbeiten. Hierbei setzen wir auf einen stufenweisen Ausbau der Distribution innerhalb der deutschen Fachhandelslandschaft und auf eine konsequente Erweiterung des Sortiments in Breite und Tiefe.

Andre Lange
Commercial Director
Hisense Germany GmbH

electro: Wo liegen die Stärken von Hisense und wie ist die strategische Ausrichtung des Unternehmens definiert?

Lange: Hierzu muss man kurz den Blick nach China richten, wo Hisense zu einem der größten CE-Unternehmen gehört und seit 1969 alles selbst produziert. Durch das jahrelange OEM-Geschäft haben wir eine exzellente R&D und leistungsfähige Produktionsanlagen. Somit können wir qualitativ hochwertige Produkte zu attraktiven Preisen im deutschen Markt anbieten. Darüber hinaus haben wir Zugriff auf ein riesiges Produktportfolio mit dem wir uns – speziell bei der Weißen Ware – auch stets vom direkten Wettbewerb in der Preisklasse differenzieren können.

electro: Mit wie vielen Mitarbeitern betreuen Sie den deutschen Markt der Elektrohändler und wie sind diese strukturiert?

Lange: Aktuell betreuen wir den deutschen Markt mit zehn Vertriebsmitarbeitern, die sich aufteilen in Key Account Manager und regionale Vertriebsmitarbeiter. Wir haben allein im letzten halben Jahr drei neue Vertriebsmitarbeiter eingestellt und sind hier bei weitem noch nicht am Ende. Das Ziel ist eine grundsätzliche Abdeckung Deutschlands durch acht bis zehn regionale Sales Manager.

Innovative Multi-Door-Serie
Innen Hightech, außen elegante Oberflächen

electro: Ihre Sortimente konzentrieren sich derzeit auf Kühl- und Gefriergeräte sowie Waschmaschinen. Soll Hisense zum Vollsortimenter ausgebaut werden?

Lange: Im Grunde sehen wir uns heute schon als Vollsortimenter, denn neben den Produktbereichen Waschen und Kühlen sind wir in Deutschland mit TV-Geräten, Smartphones und Tablets aktiv. Bei der Weißen Ware wollen wir unser Produktportfolio konsequent ausbauen, und zwar überall dort, wo es Sinn macht. Konkret heißt das zum Beispiel, dass wir zur IFA einen neuen Side-by-Side-Kühlschrank mit Eis-/Wasserspender und Festwasseranschluss launchen werden, außerdem eine Waschmaschine mit acht Kilogramm Trommelkapazität und geräuscharmem Inverter-Motor.

electro: Auf welche Highlights kann sich der Händler beim Besuch des Hisense Messestandes auf der IFA freuen?

Lange: Auf dem Messestand von Hisense wird einiges geboten. Durch unsere Sponsorings wird der Samstag ganz im Zeichen von Schalke 04 stehen und über den ganzen IFA-Zeitraum wird unser Auftritt durch Aktionen rund um Infiniti Red Bull Racing geprägt sein. Wenn wir uns auf die Produktebene begeben, bieten wir neben unseren aktuellen Highlights, wie zum Beispiel unserem Crossdoor-Modell MKGNF440 in Edelstahl- oder weißer Glasoptik einen breiten Einblick in das zukünftige Produktsortiment. Das Thema Energieeffizienz steht dabei voll im Mittelpunkt.

electro: Mit welchen verkaufsfördernden Maßnahmen unterstützt Hisense bei der Einführung neuer Produkte seine Fachhandelspartner und in welcher Form bietet das Unternehmen Schulungen und Weiterbildungen für Händler und Verkäufer an?

Lange: Wir haben im Mai damit begonnen, eine langfristig angelegte Trainingsinitiative zu starten, um den Händlern nicht nur die Produkte näherzubringen, sondern um uns, Hisense, generell noch einmal vorzustellen. Viele Händler haben von uns schon etwas gehört, aber Vertrauen wächst erst, wenn man die Personen hinter der Marke kennenlernt. Der Erfolg der ersten Schulungen bestärkt uns, diesen Weg weiter zu gehen. Die Distribution ist unser Hauptanliegen, deshalb fokussieren wir uns auf prominente Platzierungen im Shop oder bieten unterschiedliche Shop-Displays an. Grundsätzlich ist es unser Bestreben, sowohl zum Start als auch über den gesamten Lebenszyklus des Produktes hinweg zusammen mit dem Händler geeignete Werbemaßnahmen zu finden und diese dann zu unterstützen.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Hisense
Halle 6.2/Stand 202

Profi Plus, Kult pro Power Green und neue »KÜCHENminis«

WMF baut sein Küchengeräte-Segment weiter erfolgreich aus

Erklärtes Ziel der WMF ist ein kontinuierlicher Ausbau seiner Kleingeräte-Sparte. Diesem Bestreben kommt das Unternehmen auf der IFA 2015 in Berlin wieder einen Schritt näher und präsentiert neben der neuen Küchenmaschine »WMF Profi Plus« auch weitere Elektrokleingeräte aus der Kollektion der »KÜCHENminis«

My WMF Set Das Angebot wird immer größer

Nach dem fulminanten Start der WMF »KÜCHENminis« im vergangenen Jahr stellt WMF auf der IFA 2015 fünf neue Produkte in seiner Kompaktklasse vor. Diese Gerätereihe wird in der zweiten Generation um einen »Salat-to-go«, den »Vitalis E Dampfgarer«, das Raclette für zwei mit Schokoladenfondue, eine Handkaffeemühle und den Espressokocher für zwei oder vier Tassen ergänzt.

Aktuelle Ernährungstrends

Die neuen »KÜCHENminis« stehen für gesunde und schonende Zubereitung und passen optimal zu den aktuellen Ernährungstrends. Vegetarier, Veganer oder auch die Flexitarier mit einer Vorliebe für weniger Fleisch, aber in Bioqualität, nehmen rasant zu. Begeistert werden regionale Lebensmittel, die gerade Saison haben, auf dem Markt gekauft und frisch zubereitet. Hier machen die neuen kleinen Küchenhelfer von WMF den Einstieg in die gesunde Ernährung auch im Ein- oder Zwei-Personen-Haushalt einfach und sorgen zugleich für viel Spaß beim Kochen und Essen. Die »KÜCHENminis« sind im Vergleich zu herkömmlichen Küchengeräten von geringer Größe und finden deshalb in jeder noch so kleinen Küche ihr Plätzchen, ohne jedoch Abstriche bei der Leistung zu machen. Durch ihre klaren Formen und das hochwertige Cromargan harmonieren sie ideal mit allen anderen Produkten aus dem Küchenset My WMF.

IFA-Neuheiten im Forum 26

WMF ist eine Designpartnerschaft mit dem Forum 26 eingegangen. In mehreren Ausstellungsküchen werden die innovativen und leistungsfähigen Elektrokleingeräte von WMF umfassend präsentiert. Der Endverbraucher kann sich dann aus den Segmenten Kaffeepadmaschinen, Frühstückssets, Food Preparation und Grills sein individuelles, auf seine Bedürfnisse zugeschnittenes Küchenset konfigurieren.

Aus den 30 Produkten der Lineo und Lono Serien sowie der WMF »KÜCHENminis« lässt sich ein persönliches My WMF Set zusammenstellen. Verbindende Stilelemente aller Produkte sind die für WMF typischen zylindrischen Grundkörper aus gebürstetem Cromargan und glänzend polierte Deckelelemente. Diese garantieren ein einheitliches und harmonisches Bild in der Küche.

Um hartfaseriges Gemüse, Obstschalen und Kerne mühelos zu zerkleinern, hat WMF einen PS-starken Standmixer entwickelt, der ebenfalls auf der kommenden IFA vorgestellt wird.

Smoothie mit 33.000 Touren

Der Standmixer WMF Kult pro Power Green aus Cromargan verarbeitet alles kraftvoll zu einem gesunden Smoothie. Dabei überzeugt er mit seinem extrem leistungsstarken 2,2-PS-Motor, der mit 1.600 Watt satte 33.000 Umdrehungen pro Minuten schafft und eine Geschwindigkeit von 499 Stundenkilometer in kürzester Zeit erreicht, während das sechsflüglige Messer sämtliche Zutaten gründlich zerkleinert. Das Rezeptbuch »Grüne Smoothies« wird mitgeliefert.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
WMF
Halle 6.1/Stand 102

MEDISANA®

Aus der TV-WERBUNG

Nimm's leichter mit Lichter!

Jetzt im Aktions-Bundle
Körperanalysewaage
& Aktivitäts-Tracker

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
BERLIN, 4–9 SEP 2015
Halle 6.1, Stand 116

Bluetooth® SMART

An diesen Messeständen trifft sich auf der IFA 2015 die Branche in der Kategorie Elektrokleingeräte

Cloer

Halle 6.1/Stand 121

Mit markanten Farben bei Toastern und punktueller Sortimentsergänzung bei den Single-Produkten, im Segment der Filterkaffee- und Tee-Automaten sowie auch bei Raclette-Geräten setzt die Cloer Elektrogeräte GmbH bei ihrem IFA-Auftritt auch in diesem Jahr wieder am zentralen Standplatz in der Halle 6.1 Akzente. Die Farbskala erhält bei Cloer eine leuchtende Ausweitung: Mit dem Toaster 3317 kommen zu den bisher vorherrschenden Oberflächen in Weiß, Schwarz und Edelstahl jetzt hochglänzende Elektrokleingeräte in den Farben Pink, Grün, Gelb und Türkis hinzu.

Weitere Highlights sind der hochwertige Raclettegrill 6495, das Raclette 6465 mit acht Pfännchen sowie der neue Sandwichmaker XXL.

Auch Klassiker wie der Teeautomat 5548 und die neue Filterkaffeemaschine 5009 stehen im Fokus. Die klare Ausrichtung auf den Gebrauchsnutzen und die Integration von Mehrwert in jedes Produkt behält Cloer auch mit den IFA-Neuheiten 2015 bei.

Dyson

Halle 4.1/Stand 204

Auf der IFA 2015 stellt der britische Hersteller Dyson erstmalig in Europa den neuen »v6 Mattress« vor. Dieser neue Akku-Staubsauger erweitert die kürzlich vorgestellte kabellose Dyson v6 Gerätereihe und wurde speziell für die Entfernung von Milben und Allergenen in Matratzen konzipiert.

Basierend auf Untersuchungen von Mikrobiologen, die ergaben, dass durch intensives Saugen Matratzen am effektivsten von Milben, ihren Ausscheidungen und Allergenen befreit werden können, entwickelte Dyson den leistungsstarken v6 Mattress. Der eingebaute digitale Motor garantiert die Tiefenreinigung der Matratze, denn die Saugkraft gelangt tief unter die Oberfläche und entfernt auf diese Weise vier Mal so viele Stauballergene und Milben wie andere Matratzenreiniger. Gleichzeitig werden abgestorbenen Hautzellen aufgesaugt, so dass den Milben dauerhaft ihre Nahrungsquelle entzogen wird. Der Hepa-Filter filtert Bakterien und Allergene zusätzlich aus der Luft. Durch den Verzicht auf das lästige Kabel und seinem geringen Gewicht eignet sich der v6 Mattress ideal für die Reinigung von Betten und Polstern. Bei Bedarf kann die Saugleistung per Knopfdruck erhöht werden. Der Akku hat eine Laufzeit von bis zu 20 Minuten.

Fakir

Halle 6.1/Stand 103

Tradition, Innovation und Qualität ohne Kompromisse – dafür steht das mittelständische Traditionsunternehmen Fakir Hausgeräte seit seiner Gründung vor mehr als 80 Jahren. Mit einer Sortimentserweiterung und diversen strategischen Weichenstellungen setzt das Unternehmen in diesem Jahr neue Akzente und präsentiert auf der IFA 2015 das Schwerpunktthema »Beutellose Sauger«. Der Bereich Bodenpflege wird zum Beispiel mit dem brandneuen beutellosen Hochleistungssauger »Clyde« oder auch dem preisgekrönten 2-in-1-Modell »Starky PRO« erlebbar gemacht.

In diesem heißen Sommer stehen nicht nur bei Fakir die Ventilatoren im Fokus. Während der VL 45 GF durch seinen stabilen Standfuß in jeder Ecke seinen Platz findet und für die Abkühlung größerer Räume sorgt, ist der Tischventilator VL 30 G von Fakir die ideale Wahl für die schnelle und direkte Frische im Arbeitsbereich. Der Preis-Leistungs-Sieger der Ausgabe 3/2015 von »Haus & Garten Test« bietet dank innovativer Technik den größtmöglichen Komfort am Arbeitsplatz oder Zuhause. Die Vorteile dieser Geräte: kinderleichte Montage, direkte Einsatzbereitschaft und attraktive Preise.

Kärcher

Halle 4.1/Stand 213

Für zwei seiner meist verkauften Produkte schafft Kärcher in den Monaten September und Oktober mit einer Fernseh- und Online-Marketing-Kampagne Aufmerksamkeit beim Endverbraucher. Im Mittelpunkt stehen der Fenstersauger WV 5 sowie der kompakte Dampfreiniger SC 1. Begleitet werden die beiden Fernsehspots von Online-Bannern und einer Landingpage auf der Kärcher-Webseite. Hinzu kommen Flyer und Aufsteller für Händler. Bereits im März hatte der Hersteller von Reinigungstechnik erfolgreich im Fernsehen für den Fenstersauger geworben und damit für ein Umsatzplus gesorgt.

In beiden Werbefilmen steht das Duell zwischen klassischem Putzen und moderner Reinigungstechnik im Mittelpunkt. Die Protagonisten sind jeweils ein junges Pärchen: Er rückt im Fenstersaugerspot

mit klassischen Utensilien wie Lappen, Reinigungsmittel und Abzieher dem Schmutz an den Glasflächen zu Leibe. Sie dagegen reinigt mühelos und deutlich schneller mit dem WV 5 Fenstersauger. Ähnlich die Situation beim Werbespot für Dampfreiniger. Während er sich abmüht, ist sie mit der Hausarbeit längst fertig und sitzt auf dem Sofa. Diese Highlight-Produkte sind auf der IFA am Kärcher-Stand zu sehen.

Von Pro Business werden 14 Mitglieder auf der IFA ihre aktuellen Produktinnovationen vorstellen. In dieser **electro**-Ausgabe finden Sie ausführliche Beiträge über die Marken Beurer, Jura, Melitta und Nivona. Über weitere Mitglieder erfahren Sie hier Wissenswertes rund um die Berliner Messe

PRO BUSINESS ElektroHausgeräte

Laurastar

Halle 4.1/Stand 209 IFA

Die auf Bügelsysteme spezialisierte Schweizer Marke feiert 2015 ihr 35-jähriges Bestehen und hat dazu sein Vorzeigeprodukt Laurastar Pulse exklusiv zum Firmenjubiläum mit einem korallenroten Bezug ausgestattet, der mit leistungsstarkem Material und absolut trendiger Optik überzeugt und Pep in die Welt der Hightech-Haushaltsgeräte bringt. Der neue Bezug ist besonders hitzebeständig.

Dieser innovative Bezug ist das jüngste Highlight unter den zahlreichen funktionalen Leistungsmerkmalen des Hightech-Bügelsystems Laurastar Pulse. Der ultrafeine Impulsdampf schont empfindliche Stoffe, bewahrt die Farben und verleiht Volumen. Mit kurzen aufeinanderfolgenden Dampfstößen wird der Dampf optimal verteilt. Das Resultat ist ein energieeffizientes, perfektes Bügelergebnis. Dank seines ergonomischen und äußerst handlichen Designs eignet sich das Laurastar Pulse auch perfekt dazu, Kleidung einfach und schnell vertikal aufzudämpfen. Das ultramoderne Leistungspaket wird im September auf der IFA-Messe in Berlin gezeigt.

Severin

Halle 4.1/Stand 205 IFA

Die Produkt-Innovation des Jahres 2015 feiert auf dem IFA Messestand des Unternehmens Severin in Berlin ihre Premiere. Diese exklusive Top-Neuheit »Made in Germany« wird auch bei Handel und Konsumenten für Aufmerksamkeit sorgen, davon ist Severin überzeugt. Für die Top-Trends wie Detox, Guided-Cooking, Floorcare und vieles mehr bietet das Sauerländer Traditionsunternehmen zudem wieder echte Bestseller, die mit Top-Handelsspannen überzeugen.

Mit dabei sind zahlreiche Detox-Lieblinge, die nur das Beste aus Obst und Gemüse holen sowie Tee- bzw. Gewürzaromen voll zur Entfaltung bringen. Natürlich ist James, the Wondermachine, wieder mit an Bord. Diese praktische Multifunktions-Küchenmaschine nimmt einem beim Kochen die Arbeit ab. Im Bereich Floorcare werden die Sauger der neuen Produktlinie »S'Special« vorgestellt, die nicht nur kraftvoll und energieeffizient feinste Staubpartikel entfernen, sondern sogar mühelos Tierhaare und Gerüche.

Steba

Halle 4.1/Stand 207 IFA

Einen Reigen voller Produktneuheiten bringt das mittelständische Unternehmen Steba dieses Jahr mit zur IFA. Besonders innovativ ist das aufklappbare Guß-Raclette RC 60 Twin für eine lange Tafel, an dem auf jeder Seite je vier Pfännchen eingeschoben werden können, die durch Ein- und Ausschalter einzeln nutzbar sind. Mit der formschönen Heißluft-Fritteuse HF 1100 in in Weiß-Grau ist die gesunde Zubereitung von Speisen mit bis zu 80 Prozent weniger Fett möglich, während in der klassischen XXL Edelstahl-Fritteuse FGN 2.0 bis zu zwei Kilogramm Frittiergut auf einmal verarbeitet werden können.

Ganz nach dem Geschmack der Kunden ist der neue »Soup-& Smoothie-Maker HC 2 Hot & Cold«. Durch das sechsflügelige Edelstahlmesser werden Suppen und Smoothies besonders cremig. In kürzester Zeit kocht und mixt der HC 2 die leckersten Suppen auf drei Automatikprogrammen. Für den besonderen Pfiff können vorher sogar Zwiebeln im Gerät angebraten werden. Auch gesunde und erfrischende Smoothies, Frappés oder Gazpacho werden auf vier Geschwindigkeitsstufen problemlos kalt gemixt. Selbst Mayonnaise oder crushed Eis sind kein Problem.

Thomas

Halle 4.1/Stand 202/210 IFA

Umfassende Informationen und eine ausführliche Beratung zu Produkteigenschaften und Funktionsweisen, gerade bei technischen Geräten, liegen im Trend. Verbraucherfragen zu allen Thomas Staubsaugern, ob mit oder ohne Beutel oder der »AQUA+« Technologie, werden bei den regelmäßig stattfindenden Fachberatertagen von den bestens geschulten Thomas Fachberatern fundiert beantwortet.

Im Mittelpunkt der Beratung stehen dabei die Schlittensauger der »crooSer«-Reihe, die beiden neuen, beutellosen Staubsauger der »perfect air« Serie sowie die »AQUA+« Staubsauger, die mit ihrer einzigartigen Technologie nicht nur saugen, wischen und sprühen können, sondern gleichzeitig auch noch die Luft reinigen. Die Thomas Fachberatertage finden seit drei Jahren deutschlandweit statt und werden sowohl vom Handel als auch vom Endverbraucher sehr geschätzt. Pro Jahr finden über 2.000 Termine in mehr als 200 teilnehmenden Elektrofachgeschäften statt. Für die kommenden fünf Monate sind noch über 1.000 weitere Termine geplant. Interessierte Händler können auf der IFA den Bodenpflege-Spezialisten Thomas ansprechen.

White collection
Die Prep&Cook Küchenmaschine steht im Mittelpunkt der Serie

Jeden Tag ein neues Kocherlebnis

Multifunktionale Küchenmaschine für Kochen mit »Geling-Garantie«

Das Zubereiten eigener Speisen – häufig auch unter Verwendung regionaler Zutaten – liegt voll im Trend. Ob frische Gerichte für die schnelle Alltagsküche oder raffinierte Gänge für ein ganzes Menü. Dafür hat Krups mit der »Prep&Cook« einen wahren Allrounder unter den Küchenhelfern auf den Markt gebracht

Die Prep&Cook kann die benötigten Zutaten sowohl vorbereiten als auch gleich kochen. Das ist nicht nur unkompliziert, sondern auch extrem zeit- und platzsparend. Einfach passenden Aufsatz auswählen, Zutaten einfüllen und das entsprechende Kochprogramm einstellen, fertig. Zeitaufwändiges danebenstehen, beaufsichtigen oder herumrühren der Kochvorgänge gehören damit entgültig der Vergangenheit an.

Rühren, kneten, aufschlagen, vermischen, zerkleinern und mahlen sowie kochen, schmoren, dampfgaren und dünsten – mit ihrem umfangreichen Zubehör bietet die Prep&Cook unzählige Möglichkeiten, immer wieder andere Köstlichkeiten herzustellen.

Dass verschiedene Gerichte auch verschiedene Arten des Kochens erfordern, dem trägt die Krups Prep&Cook mit sechs automatischen Kochprogrammen Rechnung. Zusätzlich steht ein manuelles Programm zur Auswahl. Die automatischen Programme geben beim Umgang mit dem Gerät Sicherheit und stehen für perfekte Kochergebnisse mit Gelinggarantie. Sie werden per einfachem Knopfdruck ausgewählt. Egal, was man zubereiten möchte, ob Saucen, Garen oder Teig, ob Suppe, Dampfgaren oder Dessert, die Prep & Cook stellt von Garzeit über Rührmodus bis Temperatur alles selber ein. Unbegrenzte Kochmöglichkeiten bietet das manuelle Programm, denn hier lassen sich individuelle Einstellungen von Rühr- oder Knetgeschwindigkeit, Temperatur und Zeit wählen. Sobald ein Programm abgeschlossen ist, schaltet sich die automatische Warmhaltefunktion ein.

Das große, intuitiv zu bedienende Display der Krups Prep & Cook ist in einem perfekten Lesewinkel an der Front der Maschine angebracht und verfügt über eine vollständige Menüführung in deutscher Sprache. Der Edelstahlbehälter fasst bis zu 4,5 Liter und ist damit ideal für Rezepte für vier bis sechs Personen. Die Maschine ist mit zwölf Geschwindigkeitsstufen ausgestattet und erreicht beim Kochvorgang Temperaturen zwischen 30 und 130 Grad Celsius. Mit 1550 Watt und einer Motordrehzahl von bis zu 15.000 Umdrehungen pro Minute besitzt sie zudem auch für leistungsintensive Zubereitungsarten ausreichende Reserven.

Zum Lieferumfang der Küchenmaschine gehört ein Rezeptbuch mit 300 Rezeptideen für Vorspeisen, Hauptspeisen und Nachtische. Immer wieder neu kombiniert, ergibt sich daraus eine Vielzahl abwechslungsreicher Menüvorschläge. Für weitere 100 typisch deutsche Rezepte liegt der Maschine ein Gutschein bei, der kostenfrei unter der Website www.prep-and-cook.krups.de eingelöst werden kann. Hier finden Prep & Cook Fans auch regelmäßig neue, exklusive Rezepte und kommen in den Genuss sämtlicher Vorteile des Krups Premium Service.

Neben der Prep&Cook stehen bei Krups auch die Kaffeevollautomaten im Fokus der IFA-Ausstellung. Das neue Modell Two-in-One-Touch-Cappuccino ermöglicht auf einen Fingerdruck die gleichzeitige Zubereitung von zwei Tassen dieser beliebten Kaffee-Milch-Spezialität. In der Variante als One-Touch-Gerät zeigt Krups den Kaffee-Vollautomaten »Latt'Espress«. Ein Kompakt-Vollautomat der Extraklasse ist das Modell EA816, erhältlich in den Farben schwarz und weiß.

Neues von Rowenta und Tefal

Auch von den anderen SEB-Marken Rowenta und Tefal wird es zur IFA eine Vielzahl an Produktneuheiten geben. Bei Rowenta stehen Staubsauger, Bügler und Luftreiniger im Mittelpunkt. Auch Haartrockner, Stylinggeräte und Bartschneider werden gezeigt. Bei Tefal dreht sich wieder alles um die gesunde Küche. Die Heißluftfritteuse »ActiFry Smart XL« sowie der Kontaktgrill »OptiGrill« punkten hier. Natürlich stellt die Marke wieder neue Töpfe und Pfannen vor, und auch zum Thema Bügeln und Wasserkochen hat Tefal Produkte im Messegepäck.

SEB
Eingang Süd/Stand 101

Zubehör Prep&Cook

Um die Zutaten für die Gerichte passend vorbereiten zu können, stehen fünf verschiedene Zubehörteile zur Auswahl. Diese finden Platz in der praktischen Aufbewahrungsbox, die zum Lieferumfang gehört. Das **Universalmesser** ist ideal zum Zerkleinern von Gemüse, Kräutern, Fleisch oder Fisch und zum Mixen für Suppen oder Kompotts, der **Schlag- und Rühraufsatz** eignet sich zum Aufschlagen und Emulgieren von Eiern, Sahne oder Mayonnaise sowie für luftig-schaumige Zubereitungen. Zum langsamen und sorgfältigen Vermischen von Zutaten oder zum Umrühren während des Kochens verwendet man den **Misch- bzw. Rühraufsatz** und zum Kneten von Teig oder zum Mahlen und Mixen von harten Zutaten wie Nüssen, Schokolade oder Eiswürfeln ist das **Knet- und Mahlmesser** optimal. Prep&Cook verfügt zudem über einen **Dampfgareinsatz** aus Edelstahl, mit dem sich Gemüse, Fisch und Fleisch auf schonende Art und Weise garen lässt.

»Hundert Prozent mehr bieten«

Caso Germany mit neuem Standkonzept auf der IFA 2015

Entsprechend dem Unternehmenswachstum und der steigenden Bedeutung der Marke präsentiert sich Caso Germany auf der diesjährigen IFA in Berlin mit einem völlig neuen Standkonzept auf einer doppelt so großen Ausstellungsfläche

Am neuen Standort in Halle 4.1, Stand 206 können die Besucher auf 123 Quadratmetern nicht nur ein neues und hochwertiges Standkonzept in neuem Design bewundern. Vielmehr sind es die mehr als 20 Neuheiten im Caso Sortiment, die unter anderem durch Vorführungen die Blicke in der Hauptstadt auf sich ziehen werden.

»Die Marke Caso Germany ist für unsere Handelspartner immer bedeutender geworden. Hier auf der Leitmesse IFA können unsere Partner und Kunden nun die erweiterte Caso Produktwelt erleben«, beschreibt **Peter Braukmann**, geschäftsführender Gesellschafter, die Zielsetzung für die IFA 2015. Ein besonderes Highlight kündigt Peter Braukmann unter dem Stichwort »SMART kitchen by CASO« an. App-gesteuerte Küchengeräte versprechen bessere Kontrolle und leichtere Bedienung aller Gerätefunktionen für beste Ergebnisse beim Kochen und Garen. Mit hochwertigen und innovativen Produkten, die sich durch ihr puristisches Design und die intuitive Bedienung auszeichnen, wird Caso Germany weitere Produktgruppen erschließen und das Angebot in bereits bestehenden Gerätekategorien ausbauen. Man darf also gespannt sein, was die ‚Macher' von Caso Germany in diesem Jahr so alles drauf haben.

Wenn es der Spielplan erlaubt, dann ist wieder der Besuch einiger Volleyball-Spielerinnen auf dem Messestand eingeplant. Caso ist Hauptsponsor der Mannschaft RC Sorpesee, die dieses Jahr den Sprung in die zweite Liga geschafft haben.

IFA-Auftritt 2015 »SMART kitchen by CASO«

Caso
Halle 4.1/Stand 206

Nutrimix, Variomaxx und mehr

Jupiter zurück auf der IFA

In diesem Jahr präsentiert sich die Marke Jupiter wieder in Berlin und stellt neben den Neuheiten auch seine bewährten Elektrogeräte aus. Zu den Neuheiten zählen der Hochleistungsmixer Nutrimix, die universelle Küchenmaschine Variomaxx, der neue Juicepresso plus, der Standmixer Mixanto sowie der Stabmixer Stickmaster. Für das gesamte Sortiment bietet Jupiter den Besuchern attraktive Messekonditionen. »Neben der Ambiente ist die IFA in Berlin die perfekte Bühne zur Komplettierung unserer Vermarktungsstrategie«, informiert der Geschäftsführer **Ralf Nickles**.

Ralf Nickles
Geschäftsführer
Jupiter Küchenmaschinen GmbH

Jupiter
Halle 6.1/Stand 112

Kitchen Aid

Artisan Produkte in pink

Seit einigen Jahren beherrscht die Symbolfarbe Pink den Oktober, um auf den Kampf gegen Brustkrebs aufmerksam zu machen. Der Fokus liegt dabei weltweit auf der Aufklärung über Brustkrebs und dessen Behandlungsmöglichkeiten. Bekannte starke Frauen stehen in dieser Zeit nicht ihrer selbst willen im Rampenlicht. Sie wollen vielmehr Aufmerksamkeit erregen, um die Bedeutung der Brustkrebsfrüherkennung hervorzuheben. Die kleine, pinke Schleife gilt als Symbol der Solidarität mit den Betroffenen und wird im Oktober als gefragtes Accessoire vieler Stars auf den roten Teppichen zu sehen sein.

Bereits seit 2005 setzt sich Kitchen Aid aktiv für den Kampf gegen Brustkrebs ein und unterstützt mit dem Verkauf der rosafarbenen Produkte die Brustkrebshilfe Susan G. Komen Deutschland e.V. So kann jeder mit dem Kauf der rosafarbenen Artisan Küchenmaschine oder dem Artisan Blender Gutes tun: Mit jedem verkauften Kitchen Aid Produkt in pink gehen jeweils 100 bzw. 50 Euro des Verkaufspreises an den Susan G. Komen Deutschland e.V. Der Betrag wird zwischen Hersteller, Händlern und Käufern gedrittelt und in einer offiziellen Spendenübergabe an den Verein übergeben. Auch der bekannte Profi- und TV-Koch **Stefan Wiertz**, der überzeugter Fan des neuen Magnetic Drive Blenders von Kitchen Aid ist, hat eigens für die Marke eine Rezeptreihe an pinken Gaumenfreuden entwickelt, die passend unter dem Motto »A day in Pink« stehen. »Pink Morning«, »Pink Pusher« und »Sundowner in Pink« heißen seine genussvollen Kreationen, die nicht nur im Oktober einfach herrlich köstlich schmecken.

Kampagne Aktiver Kampf gegen Brustkrebs

Kitchen Aid
Halle 9.0/Stand 101

Produktinnovation in der Kategorie Beurer Connect

Aktivitätsuhr AW 85 Bluetooth

Auf der IFA stellt Beurer seine neue Aktivitätsuhr AW 85 vor, die den Benutzer nicht nur über die Uhrzeit informiert, sondern ihn auch im Alltag unterstützt. Neben einem umfangreichen Aktivitätstracking benachrichtigt sie über eingehende Anrufe oder Nachrichten und fungiert als praktischer Kamera-Fernauslöser

Mit der neuen Aktivitätsuhr kann der Nutzer sein Aktivitätsverhalten aufzeichnen und via Bluetooth Smart Technologie direkt in die Beurer Health Manager App übertragen. Übermittelte Daten sind beispielsweise die Anzahl der Schritte, die zurückgelegte Strecke, der ermittelte Kalorienverbrauch, die Aktivitätsdauer und das Erreichen des täglichen Bewegungsziels. Zudem hat der Nutzer nach der Übertragung die Möglichkeit, die Daten übersichtlich in einer Tabelle oder Grafik darstellen zu lassen.

Für ein perfektes Selfie
Kamera-Fernauslösung als praktische Zusatzfunktion

Die AW 85 ist mehr als ein reiner Aktivitätstracker. Die elegante Uhr informiert den Benutzer neben der Tagesaktivität zudem über am Smartphone eingehende Anrufe und Nachrichten wie E-Mails, SMS oder Messages von WhatsApp, Twitter oder anderen. Hierbei kann der Nutzer über eine LED, eine Vibration und ein Tonsignal benachrichtigt werden. Durch Knopfdruck werden alle Benachrichtigungen angezeigt und können ebenso gelöscht werden.

Eine weitere Funktion der neuen Beurer-Uhr ist der Kamera-Fernauslöser. Mit einem ersten Knopfdruck wird die Smartphone-Kamera geöffnet und mit einem zweiten der Fernauslöser aktiviert. So kann der Nutzer das Smartphone an einem beliebigen Ort abstellen und aus der Ferne beispielsweise ein Gruppenfoto schießen. Wer sein Smartphone verlegt hat, der kann per Knopfdruck die Suchfunktion aktivieren. Die Ortung erfolgt mit einem akustischen Signal. Umgekehrt kann das Smartphone aber auch die Uhr suchen, falls diese verlegt wurde. Die Aktivitätsuhr AW 85 ist ab November für 119,99 Euro UVP erhältlich. Beurer gewährt darauf drei Jahre Garantie.

Der Beurer Health Manager gehört zur Produktgruppe Beurer Connect und bietet dem Anwender ein umfangreiches Gesundheitsmanagement-System. Neben der Aktivitätsuhr bietet Beurer weitere kompatible Produkte aus den Bereichen Personenwaagen, Blutdruckmessgeräte und Blutzuckermessgeräte. Die gemessenen Körperwerte der unterschiedlichen Bereiche können einfach und bequem gespeichert, analysiert und verglichen werden. Der Anwender hat die Möglichkeit, die Daten klassisch über USB in die dafür vorgesehene Health Manager PC Software oder via Bluetooth Smart Technologie direkt in die Health Manager App zu übertragen. Mit der Health Manager Web-Version kann der Nutzer alle Daten zwischen den Systemen synchronisieren – egal, ob PC, iOS oder Android.

Beurer ließ sich von TÜV Rheinland die Webapplikation des Beurer Health Managers nach dem Standard *Datenschutz und Datensicherheit* zertifizieren. Im Rahmen einer umfangreichen Sicherheitsanalyse durch Fachleute für Informationssicherheit wurde somit auch bestätigt, dass das Online-Portal des Beurer Health Managers den gesetzlichen Anforderungen des Bundesdatenschutzgesetzes entspricht.

Beurer
Halle 4.1/Stand 212

Babyliss

Perfekt gelockt mit den neuen Heizwicklern

Lockenstyling ohne Klammern, dafür mit enormer Präzision und Effizienz sowie einer besonders komfortablen Anwendung. Mit den neuen RS100E Clip'n Curl Heizwicklern von Babyliss werden aus glatten Haaren verführerische Locken. Dank des innovativen Konzepts erweisen sich die Wickler als echte Styling-Profis: Scheinbar mühelos und wie von Zauberhand halten sie an ihrem Platz: nur eindrehen, wickeln, zusammendrücken – und fertig. Ganz ohne Fixierung sorgen sie für geschmeidige Locken, wunderbare Wellen, perfektes Volumen und einen unverwechselbaren Style. Die Heizschatulle, mit der die Wickler auf Betriebstemperatur gebracht werden, ist ausgesprochen kompakt und hat einen praktischen Griff zum Transportieren. Das Set ist ab sofort für 69,99 Euro im Handel erhältlich.

Babyliss
Halle 7.1c/Stand 101

Waagenkollektion Page

Ultraflache Waage in neuem Design von Soehnle

Küchenprofis werden von der neuen Page Evolution Design Edition von Soehnle wieder begeistert sein. In diesem Sommer präsentiert sich eine der erfolgreichsten Küchenwaagen aller Zeiten in neuer Optik. Das Designschmuckstück **Page Evolution Design Edition White** ist mit warmen goldenen und silbernen Kreisen verziert. Das Motiv einer Welle versprüht Leichtigkeit und passt ideal in offene, moderne Küchen.

Ihre Partnerin, **die Page Evolution Design Edition Grey**, hingegen überzeugt in einer kühleren Aufmachung. Das zarte, hellgraue Zweigmotiv auf der matten grauen Oberfläche ist in hochwertigen Edelstahlküchen perfekt aufgehoben. Der Erfolg der Page Serie wird mit der Design Edition weitergeführt. Die neuen Waagen sorgen für einen edlen Blickfang in jeder Küche. Beide Waagen sind besonders flach und stecken dennoch voll innovativster Technik. Das elegante Design dieser nur 9,9 Millimeter hohen Waagen aus Sicherheitsglas und Kunststoff fügt sich harmonisch in das heimische Küchenkonzept ein. Design und Funktion bilden eine perfekte Einheit. Durch die patentierte Sensor-Touch Bedienung genügt sanftes Berühren und schon misst sie wahlweise Gewicht oder Volumen exakt bis maximal fünf Kilogramm. Die praktische Zuwiege-Funktion sorgt für das kinderleichte Abwiegen mehrerer Zutaten. Nicht nur, dass die neuen Waagen unglaublich platzsparend sind: Die glatte Glasoberfläche ist nach der Benutzung auch ganz einfach zu reinigen.

Page Waagen von Soehnle
Modell Evolution Design Edition in grau und weiß

Leifheit Soehnle
Halle 6.1/Stand 105

Schnell, leicht und leise Haarentfernung mit innovativer IPL-Technologie

Panasonic IPL ES-WH80

Lang anhaltende Haarentfernung wie noch nie

Dauerhaft seidenglatte Haut steht auf dem Wunschzettel jeder Frau ganz oben. Mit dem neuen IPL-Gerät von Panasonic kein Problem

Zeit ist heute Mangelware und darum hat der Panasonic IPL ES-WH80 zwei Features, die die Anwendung besonders schnell und effektiv machen: das besonders große Austrittsfenster von 5,4 cm^2 für die Lichtblitze und die hohe Blitzfrequenz im 3-Sekunden-Takt. Mit der IPL-Technologie (Intensed Pulsed Light) werden in nur 20 Minuten alle unerwünschten Härchen an Beine, Arme, Achseln und Bikinizone beseitigt, und das ganz ohne lästiges Ziepen und Zupfen. Der IPL ES-WH80 von Panasonic ist ab August 2015 im Handel erhältlich und kostet 349 Euro inkl. Ersatzlampe. Der Preis für den Nachkauf der Ersatzlampe beträgt 49 Euro. Das Gerät kommt mit einer Zufriedenheitsgarantie. Sollten Anwenderinnen nach den ersten drei Monaten nicht zufrieden sein, bekommen sie den kompletten Kaufpreis erstattet. Diese Aktion ist gültig bis zum 31.01.2016.

Panasonic
Halle 5.1/
Stand 101

Visa Pure Advanced Frische-Kick in den Tag

Drei-in-Eins Hautpflege

Luxus-Spa für Zuhause

Ab September erweitert Philips mit Visa Pure Advanced seine erfolgreiche Hautpflege-Familie. Und dieses neue Mitglied hat es gleich dreifach in sich: Der sanfte Bürstenkopf-Aufsatz reinigt die Haut zehn Mal gründlicher als von Hand. Ein gemeinsam mit Experten für japanische Gesichtsmassage entwickelter Massage-Aufsatz regt die Durchblutung an und entspannt die Muskeln. Der Fresh-Eyes-Aufsatz sorgt dafür, dass die Augenpartie am Morgen frisch und wach aussieht.

»Wir wissen, wie wichtig ein gepflegter Teint für Frauen ist. Die gründliche Haut-Reinigung ist der Anfang der perfekten Pflege-Routine. Durch die anschließende belebende Massage-Funktion, die selbst tiefer liegende Hautschichten erreicht, wird die Blutzirkulation angeregt und die Haut sieht strahlender und gesünder aus«, so Maria Völkl, Marketing Manager Beauty & Skincare bei Philips Consumer Lifestyle DACH.

Philips
Halle 22/
Stand 101

CARRERA
DESIGNED IN GERMANY

ALLE GENDER.
EIN DESIGN.

Bei CARRERA entwickeln, bauen und designen wir jedes unserer Tools für einen ganz bestimmten Zweck. Vorbei an gängigen Geschlechterklischees. Nur so erreichen wir das Handling und die Qualität, die Power und die Ästhetik, der wir uns verpflichtet fühlen. Erleben Sie die neue CARRERA Personal Care Serie auf der IFA oder live ab Oktober im Fachhandel und auf ***carrera.de***

IFA
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
BERLIN, 4–9 SEP 2015

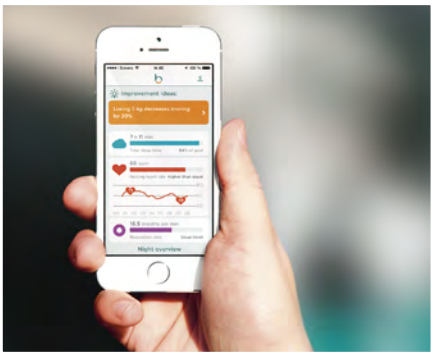
HALLE 9, STAND 115

Medisana auf der IFA

Neue Produkte und neuer Markenbotschafter Horst Lichter

Auf der IFA 2015 in Berlin stellt Medisana neue Produkte aus dem Gesundheitsbereich vor, und am Messesonntag wird der neue Werbebotschafter **Horst Lichter** für Gespräche und Autogramme am Stand von Medisana zur Verfügung stehen

Im Mittelpunkt der diesjährigen IFA-Präsentation stehen bei Medisana die erweiterten Connect-Produkte, der innovative »Beddit Schlafsensor« und die neuartige Massagerolle »Power Roll«. Dieses innovative Massagegerät unterstützt Sportler beim Aufbau sowie bei der Erholung und Regeneration ihrer Muskeln.



Gesundheit mit Medisana Power Roll für ambitionierte Sportler und Schlafsensor-App zur Analyse der Nachtruhe

Das Besondere dabei ist die innovative Tiefenvibration, denn Medisana kombiniert mit der Power Roll die Druckmassage durch Eigengewicht mit einer tiefenwirksamen Vibrationsmassage – ein Effekt, der sofort spürbar ist. So hilft Power Roll, Verspannungen vorzubeugen und einen schnellen Muskelaufbau sowie eine schnelle Muskelregeneration zu erzielen.

Der neuartige Beddit Schlafsensor misst und analysiert die Schlafgewohnheiten. Dazu gehören unter anderem Herzschlag, Atemfrequenz, Bewegungen, Geräusche. Jeden Morgen ermittelt er dann den persönlichen Schlaf-Score. Die App gibt dabei Tipps und Verbesserungsvorschläge professioneller Experten und hilft so, Schlafqualität, Fitness und Lebensgefühl nachhaltig zu steigern.

Das Geheimnis des wissenschaftlich erprobten Sensors sind die patentierten Algorithmen. Beddit misst kleinste Atem- und Herzschlag-Bewegungen und verwandelt sie in verlässliche Schlaf- und Wellness-Analysen.

So werden etwa die Einschlafzeit und die Leicht- und Tiefschlafphasen analysiert – Atemfrequenz und individuelle Schnarcherkennung inklusive. Die jahrelange Forschung rund um das neue Produkt sorgt für Messergebnisse in Schlaflaborqualität.

»Nimm's leichter mit Lichter«

So heißt die Werbekampagne von Medisana, die im September startet und neben TV-Werbung, Print und Online auch PR sowie eine umfassende Unterstützung am POS umfasst.

Der neue Markenbotschafter Horst Lichter wird dabei für den Produktbereich Gesundheitskontrolle des Neusser Unternehmens stehen. Denn, was viele nicht wissen: Er hat Krisen durchlebt wie kaum ein anderer – ein Leben voller Brüche geprägt von einem unglaublichen Lebenswillen. »Wir freuen uns sehr, mit Horst Lichter einen Sympathieträger für unsere Marke gewonnen zu haben. Der Mann mit dem Bart ist der Entertainer unter Deutschlands TV-Köchen und das Thema Gesundheit ist ihm sehr wichtig. Er hat die rheinische Frohnatur in die Küchen gebracht, denn wo Lichter kocht, wird gelacht«, so Marketingleiterin **Stefanie Skupin**.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
Medisana
Halle 6.1/Stand 116

1900 Lithium Pro Serie

Produktneuheiten von Wahl

1900 Lithium Pro Serie
Haarschneider von Wahl

Seit der Erfindung der ersten elektromagnetischen Haarschneidemaschine von Leo J. Wahl im Jahre 1919, sind Innovation und Qualität die tragenden Säulen der in den USA marktführenden Wahl Clipper Corporation. Auf der diesjährigen IFA präsentiert Wahl die neueste, mit fortschrittlicher Lithium-Ionen-Technologie angetriebene 1900 Lithium Pro Haarschneider-Serie mit ganzem Stolz. Wahls präzisionsgeschliffener Vollmetall-Schneidsatz sowie das inbegriffene Zubehör ermöglicht jedem Nutzer den perfekten Haarschnitt.

Merkmale 1900 Lithium Pro

- **Lithium-Ionen-Technologie:** Fortschrittliche Lithium-Ionen-Akkus für bis zu 100 Minuten Laufzeit und dank Schnellladesystem bereits nach einer Minute Ladezeit einsatzbereit. Die Möglichkeit zum Netzbetrieb ist ebenfalls vorhanden.
- **Ladestandsanzeige:** Erhältlich mit LCD-Display oder LED-Leuchte für die Anzeige des Akku-Ladestands.
- **Made in Europe:** Vom charakteristischen, feingeschliffenen Vollmetall-Schneidsatz bis hin zum ergonomisch geformten Gehäuse werden diese Haarschneider in firmeneigenen europäischen Produktionsstätten hergestellt. Somit wird ein Höchstmaß an Qualität sowie ausgezeichnete Leistung gewährleistet.
- **Zubehör:** Inklusive sechs Aufsteckkämmen (von 3 bis 25 mm), Messerschutz, Haarschere, Ladegerät, Klingenöl, Reinigungsbürste, Gebrauchsanweisung im handlichen Aufbewahrungskoffer.
- **Design:** Ergonomisch geformte Geräte in modernem Weiß (1910 mit LED-Leuchte) und elegantem Schwarz (1911 mit LCD-Display) mit dekorativen Chrom-Streifen.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
Wahl
Halle 7.1c/Stand 107

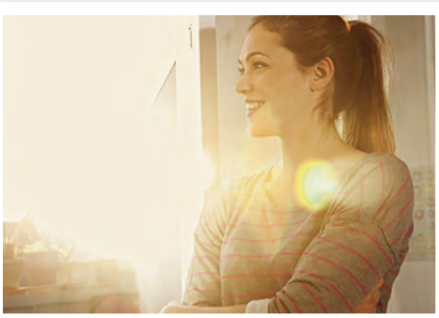
Original Schweizer Qualität

Produkte der besonderen Art zur Luftbehandlung in Innenräumen

Luftbehandlungssysteme von »Boneco healthy air« gehören seit Jahrzehnten zur Grundausstattung in vielen Haushalten und Büros. Die Qualität, die Funktionsweise sowie das Design der Geräte zählen zu den Vorzügen der Schweizer Marke

Mit den speziellen Filterkombinationen aus Hepa- und Aktivkohlefilter entfernen die Boneco Luftreiniger sämtliche Allergene, Viren, Staub, Tierhaare, Milben, Rauch und Gerüche aus der Raumluft. Drei bedarfsgerechte Filter wirken als aktive Schutzschilder und fangen kleinste Partikel in der Luft ab. So ist beispielsweise der mit dem Red Dot Design Award 2015 ausgezeichnete Luftreiniger P500 serienmäßig mit dem »ALLERGY« Filter für Allergiker ausgestattet. Der »BABY« Filter für Familien mit Kindern und der »SMOG« Filter für Stadtbewohner und Raucher sind als Zubehör erhältlich.

Das absolute Highlight im Portfolio von Boneco ist der »HYBRID H680«. Er ist Luftbefeuchter und/oder Luftreiniger in einem Gerät. Dieses Hybridmodell ist für Raumgrößen bis 100 Quadratmeter konzipiert. Ein permanenter Vorfilter stoppt Haare, Hausstaub und andere größere Schmutzpartikel. Der nachgeschaltete Hybrid-Filter, besteht aus einem Aktivkohlefilter und einem Hepa-Filter, die nahezu alle Viren filtern und schlechte Gerüche absorbieren. Zu guter Letzt ist das Verdunsterelement für die Befeuchtung der Luft verantwortlich. Die mitgelieferte Fernbedienung sorgt für höchsten Bedienkomfort und die Erinnerungsanzeige weist auf Filter- und Wasserwechsel hin. Alles in allem eine hocheffiziente Technologie, die dafür sorgt, dass alle Funktionen nahezu vollautomatisch gesteuert werden – und das Ganze zu einem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis.



BONECO
healthy air

Das Beste für gesunde Luft seit 1956

Kontakt zu Boneco:
CPS-Deutschland
Rathausstr. 44, 47638 Straelen
Telefon +49 (0) 28 34 – 311 94 11
Telefax +49 (0) 28 34 – 311 94 12
Mobil +49 (0) 172 – 260 64 16
Mail: miron@cps-deutschland.de
www.boneco.de

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
Boneco
Halle 8.1/Stand 102

Roboter erleichtern die Gartenarbeit

Robomow-Rasenmähroboter feiern 20-jähriges Jubiläum

Der Hersteller modernster Rasenmähroboter feiert dieses Jahr sein 20-jähriges Bestehen. Auch bei der Entwicklung vom ersten Prototyp bis zum vollautomatischen Rasenmähroboter setzt Robomow wieder neue Maßstäbe. Sechs Mähroboter-Modelle der Premium Linie wurden eingeführt, darunter das neue Modell RC312 sowie weitere Produkt- und Programmergänzungen, die auch auf der IFA ausgestellt werden.

Die mobile App, dank derer die Geräte per Smartphone aus der Entfernung bequem zu steuern und programmieren sind, wurde ebenfalls weiterentwickelt. Die neuen Mähroboter-Modelle der RS- und RC-Serie sind mit extra starken Motoren, einem wartungsfreien Hochleistungs-Akku und großen, besonders leistungsfähigen High Wheel Rädern mit Trac-Bereifung ausgestattet. Damit mähen sie noch schneller als ähnliche Modelle, die für gleiche Rasenflächen geeignet sind.

Auch bei hohem Gras, wie beim ersten Schnitt der Saison oder langem Urlaubsrasen, können die Roboter dank starker Mulchmesser und dem neuen Turbo Mow Modus eingesetzt werden. Diese fortschrittliche Technik unterstützt den Mäher beim Schnitt von dichtem Rasen, indem er den Eco-Modus ausschaltet. Der Roboter fährt dann langsamer und der Mähmotor dreht mit einer höheren Drehzahl. Dies führt zu einem besseren Ergebnis bei langem Rasen. Ein Nacharbeiten ist nicht notwendig, denn das herausgesetzte Mähwerk mäht einen Zentimeter über die äußere Randkante hinaus. Selbst eine Steigung von 36 Prozent schafft das Gerät.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Robomow
Halle 6.1/
Stand 122

Elegant, effektiv und energieeffizient

Der neue Sauger »Sebo Airbelt E«

Auf der diesjährigen IFA in Berlin gibt das Unternehmen Sebo Stein & Co. den Startschuss für das Sebo Erlebnis-Gewinnspiel. Im Zeitraum vom 4. September bis 31. Dezember 2015 werden unter allen Gewinnspiel-Teilnehmern ein »Sebo Airbelt E3 Premium 1200« oder spannende Erlebnisse mit »mydays« verlost

Der neue Sebo Airbelt E3 Premium 1200 wird dem Publikum erstmals auf der IFA 2015 vorgestellt und ergänzt die Baureihe Sebo Airbelt E um ein weiteres Modell mit Top-Ausstattung: Elektroteppichbürste Sebo ET, Sebo Kombi, Polster- und Fugendüse, Möbelpinsel mit Clip. Dank der umfangreichen Produktausstattung ist der neue Staubsauger für jeden Einsatz bestens gewappnet: Teppiche, Textilböden, Hartböden, aber auch Läufer, Polster und Vorhänge lassen sich mit dem Universaltalent ganz einfach reinigen.

Auch die Energielabelwerte des Sebo Airbelt E3 Premium 1200 können sich sehen lassen. Dank der Elektroteppichbürste erreicht der neue Bodenstaubsauger beispielsweise die Teppichreinigungsklasse A. Mehr Informationen zum neuen Sebo Airbelt E3 Premium 1200 und dem Sebo Erlebnis-Gewinnspiel erhalten die Besucher auf dem IFA Messestand. Sebo freut sich auf Ihr Kommen.

Gewinnspiel Mit Sebo attraktive Preise gewinnen

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Sebo
Halle 6.1/Stand 109

Wessel-Werk

Neue Düsen-Kollektion zur IFA

Auf der Berliner Fachmesse für Consumer Electronics darf man mit Neuheiten als Antwort auf die Energieverordnungen der EU-Kommission rechnen. Wessel-Werk, Weltmarktführer für Staubsaugerdüsen und -zubehör, nutzt die internationale Leitmesse zur Präsentation der neuen Staubsaugerdüsen-Kollektion, die speziell für energiesparende Staubsauger entwickelt wurde. Die Universal-Staubsaugerdüsen RD 278 und RD 297 sowie die Ritzendüse CN 250 setzen neue Maßstäbe in puncto Performance, Ergonomie und Geräuschreduktion und erfüllen schon heute die Anforderungen, die zur Erfüllung der EU-Energieverordnung 2017 für stromsparende Staubsauger erwartet werden. Während die RD 278 das mittlere Marktsegment adressiert, bedient die RD 297 das High-End-Segment. Die CN 250 ist eine optimale Ergänzung für Staubsauger, um erstklassige Ergebnisse bei der Reinigung von Hartboden-Fugen zu erzielen.

»Die Konzeption der RD 278 und der RD 297 folgte dem Anspruch, eine völlig neue innovative Wessel-Werk Düsen-Generation zu entwickeln, die neue Maßstäbe setzt. Nicht zuletzt aufgrund der optimierten Düsengeometrie werden erstklassige Leistungswerte erzielt. Das macht die neuen Wessel-Düsen zum Beispiel für den Einsatz mit stromsparenden Staubsaugern interessant, denn sie erfüllen die Richtlinien nach der EU-Energieverordnung 2017«, betont **Wolfgang Geurden**, Direktor Vertrieb und Marketing bei Wessel-Werk. Weiterhin präsentiert Wessel-Werk auf der IFA ein innovatives und stetig wachsendes Zubehör-Sortiment für den Fachhandel.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Wessel
Halle 10.1/Stand 123

So wird die IFA 2015 in Berlin

A. Pfänder-Coleman

Wir beginnen unseren virtuellen Messerundgang vor dem Eingang Süd. Im City Cube zeigt Samsung seine komplette Produkt-Kompetenz. Danach legen im SEB-Loft mit den Marken Krups, Moulinex, Rowenta und Tefal einen Stopp ein. Hier dominiert die neue Multi-Funktions-Küchenmaschine »Prep & Cook« von Krups das Messegeschehen.

In der Halle 1.1 zeigt Siemens die digitale Welt von morgen. In der gleichen Halle stellt auch Nespresso aus und bei Gorenje steht die neue Designlinie von Philippe Starck im Fokus. De'Longhi präsentiert sich mit seinen drei Marken Braun, De'Longhi und Kenwood.

Wir gehen weiter in die Premiumhalle 2.1, die sich wie immer die Firmen Jura, Liebherr und Miele teilen. Bei Jura trifft Spitzentechnologie auf Kaffeegenuss und Liebherr zeigt sein aktuelles Portfolio an Kühl- und Gefrierschränken. Miele hat angekündigt, seine Besucher mit dem Brandenburger Tor in Form von fast fünf Meter hoch gestapelten Waschmaschinen zu begrüßen. Darauf sind wir sehr gespannt. Bei den Produkten steht bei Miele das Thema Connectivity im Mittelpunkt.

NIVONA Neue Lust auf Kaffee.

Genauso wie bei Bosch in Halle 3.1, die ebenfalls auf die volle Hausgeräte-Vernetzung setzen. Haier wird auf einem fast 1.000 Quadratmeter großen Stand sämtliche Produktbereiche von weißer Ware und brauner Ware ausstellen. Beim Wasserspezialisten BWT kann der DTM-Tourenwagen der Marke Mercedes Benz bestaunt werden, während bei Dirt Devil und Vax die aktuellen Bodenpflegeprodukte im Mittelpunkt stehen. Viel Neues rund um Küche und Bad gibt es bei den Marken Remington und Russell Hobbs. EK-Mitglieder finden in Halle 3.1 ihre Verbundgruppe und auch der Mittelstandskreis wird hier angetroffen.

Die Halle 4.1 wird von der Marke AEG und ihren Erlebniswelten beherrscht. In dieser Messehalle treffen Sie aber auch die Pro Business-Mitglieder Beurer, Dyson, Kärcher, Laurastar, Melitta, Rommelsbacher und Severin, sowie Steba und Thomas. Caso Germany hat seine Ausstellungsfläche verdoppelt und in Halle 4.1 eine neue Heimat gefunden.

Die gesamte Halle 5.1 belegt wieder Beko für die Präsentation seiner zahlreichen smarten und effizienten Hausgeräte. Und wer sich die Groß- und Kleingeräte-Neuheiten von Panasonic ansehen will, geht eine Etage nach oben in die 5.2.

Innovative Neuheiten bei den Elektrokleingeräten finden Messebesucher in der Halle 6.1 an den Ständen von Cloer, Fakir, Gastroback, Graef, Jupiter, Leifheit und Soehnle, Nivona, Sebo, Unold sowie der WMF, die auf der IFA 2015 ihre erste Küchenmaschine »Profi Plus« im Messegepäck hat. Für die Produktwelt »Connected Health« werden Sie bei Medisana fündig und wer top aktuelle Staubsaugerroboter verkaufen will, ist bei Robopolis mit der Marke iRobot richtig. Zu diesem Thema stellt auch das Unternehmen Robomow interessante Produkte im Bereich der Rasenpflege vor. Range Cooker von Stoves werden am Stand von Glen Electric gezeigt und wer die Hausgeräte der Marke Hisense sucht, geht einen Stock nach oben. In Halle 6.2 steht beim chinesischen Unternehmen das Thema Energieeffizienz voll im Mittelpunkt.

Amica ist in die Höhe gewachsen und zeigt auf einem doppelstöckigen Messestand in Halle 7.1b die neue Designlinie »IN«. Produkte zum Thema Personal Care sind in der Halle 7.1c anzutreffen. Marken wie Babyliss und Wahl präsentieren hier aktuelle Trends. In der Halle 8.1 sind unter anderem Bestron und Boneco und auch die Nähmaschinen der Marke Toyota zu finden. Die Halle 8.2 steht ganz im Zeichen von Vestel.

Vergangenes Jahr feierte Bauknecht auf der IFA Premiere und auch dieses Jahr gibt es wieder Premieren: Erstmalig stellt der gesamte Whirlpool-Konzern, inklusive seiner Marken Bauknecht, Indesit, Kitchen Aid und Whirlpool die Produktinnovationen in der Halle 9.0 zur Schau. In der gleichen Halle zeigt Carrera eine komplett neue Range von Personal Care Produkten im Premium Segment und Petra präsentiert mit dem »PureTea« Induktionswasserkocher & Teebereiter eine Weltneuheit. Die Produkte der Marken Fagor, Morphy Richards und Solis sind ebenfalls in der Messehalle 9.0 zu finden. Bei Acopino in Halle 10.2 dreht sich alles um das Thema Kaffee, während beim Wessel-Werk die aktuellen Staubsaugerdüsen im Fokus stehen.

Wer Xavax-Zubehör von Hama sucht, geht eine Etage höher in die 10.2. Die ganze Produktwelt von LG ist umgezogen und dieses Jahr in der Halle 18 zu finden, und wer den Firmen Philips und Grundig einen Besuch abstatten will, der geht in die Halle 22 und 23. In letzterer finden die Euronics-Mitglieder auch wieder ihre Verbundgruppe. Wer dann noch ein wenig Zeit übrig hat, kann die Marken Candy und Hoover in neuer Location ansteuern. Von Freitag bis Montag ist der Berliner Showroom in den Spreegraphenstudios, Franklinstraße 8, 10587 Berlin geöffnet.

Ich wünsche den Ausstellern und Besuchern eine erfolgreiche IFA 2015!

Ihre

Annette Pfänder-Coleman
Chefredakteurin **electro**

electro

DAS BUSINESS-MAGAZIN FÜR DEN ELEKTRO-HAUSGERÄTE-MARKT
Eigenständiges Heft-im-Heft in ***CE-Markt,***
dem Handelsblatt der gesamten CE-Branche

VERLAG
B&B Publishing GmbH
Schmiedberg 2 a, D-86415 Mering
Postfach 1265, D-86407 Mering
Telefon 08233/4117, Fax 08233/30206
E-Mail Verlag@ce-markt.de

VERLEGER & HERAUSGEBER
Wolfram Bangert & Lutz Rossmeisl

REDAKTION
Annette Pfänder-Coleman (Chefredakteurin)
Lutz Rossmeisl, Jan Uebe
Wolfram Bangert
Gisela Hörner (Redaktionsassistentin)

VERLAGSBÜRO FÜRTH
Lutz Rossmeisl, Fliederweg 8
D-90766 Fürth, Telefon 0911/9709030
Fax 9709031, Mobil 0160/4403754
E-Mail Rossmeisl@ce-markt.de

VERLAGSBÜRO MARKT ERLBACH
Annette Pfänder-Coleman
Wasserstall 9 b, D-91459 Markt Erlbach
Telefon 09106/727, Fax 09106/ 925562
E-Mail apc@ce-markt.de

AUFLAGE
IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **electro**-Trägermediums ***CE-Markt***:
Druckauflage 20.717,
tatsächlich verbreitet 20.523,
verkauft 10.286 Exemplare
(IVW-Auflagenmeldung 2. Quartal 2015)

De'Longhi auf der IFA

Der Star ist die »PrimaDonna Elite«

Als Marktführer steht bei De'Longhi ganz klar das Thema Kaffee im Blickpunkt der IFA-Präsentation. Allen voran das neue Topmodell der Premium-Kaffeevollautomaten »PrimaDonna Elite«

Welche weiteren Produkte und Aktivitäten bei De'Longhi und seinen Schwestermarken Braun und Kenwood auf der Messeagenda stehen, erfahren wir direkt von **Christian Strebl,** Commercial Director der De'Longhi Deutschland GmbH.

electro: Herr Strebl, als Marktführer im Bereich Kaffee ist die Erwartungshaltung der Messebesucher in Bezug auf Produktneuheiten natürlich sehr hoch. Werden Sie die Erwartungen, vor allem von Handelsseite, erfüllen können?

Christian Strebl: Das kann ich nur mit einem klaren »JA« beantworten. Unser Star bei den Kaffeevollautomaten ist die neue PrimaDonna Elite. Sie besticht durch ihr elegantes Gehäuse und die schlichte, ergonomische Formgebung. Ihre Bedienung ist intuitiv über das TFT Touch-Farbdisplay und sogar komplett über eine App-Steuerung möglich. Mit dieser Konnektivität sprechen wir als neue Zielgruppe unter anderem die mobile Generation an, die bereits heute mit ihrem Smartphone in der Küche steht und Rezepte ausprobiert. Als Marktführer haben wir Verantwortung für den Wachstumsmarkt der Kaffeevollautomaten, deshalb wollen wir mit neuen Ideen inspirieren und den Fachhandel margenorientiert unterstützen. Aussagekräftige, verkaufsfördernde POS- und Marketingaktivitäten werden unsere Fachhandelspartner dabei erfolgsversprechend unterstützen. Lassen Sie sich auf unserem Messestand von unseren Highlights überraschen und begeistern.

electro: Wie lauten Ihre drei Top-Verkaufsargumente für die PrimaDonna Elite?

Strebl: Erstens: Die PrimaDonna Elite ist ein absoluter Blickfang und wird ein technisches Highlight in Deutschlands Küchen sein. Die Kombination aus elegantem und dennoch funktionalem Design lässt keine Kaffeewünsche offen und erfüllt echte Genussmomente. **Zweitens:** Die Bedienung ist über das große Touch-Display oder die App kinderleicht. Bis zu sechs Personen, ob Familie oder Freunde, können ihr eigenes Profil individualisieren und nun auf Knopfdruck ihre persönliche Kaffee- und Milchspezialität zubereiten. **Und drittens** natürlich unser LatteCrema Milchaufschäumsystem. Der Milchschaum ist ganz besonders feinporig und fest – auch weil die Milch schön kalt bleibt, denn zur PrimaDonna Elite gehört ein doppelwandiger Thermo-Behälter, in dem die Milch auch außerhalb des Kühlschranks stundenlang kühl und frisch bleibt. Das garantiert stets perfekten Milchschaum.

Christian Strebl
Commercial Director
De'Longhi
Deutschland GmbH

Drei Top-Argumente für die PrimaDonna Elite:

1. Bedienung über Touch Display oder App
2. LatteCrema System
3. Erlesenes Design

electro: De'Longhi ist auch sehr stark im Bereich Nespresso und Dolce Gusto aufgestellt. Welche Innovationen werden hier gezeigt?

Strebl: Die Kapselmaschinen von Nescafé Dolce Gusto punkten durch ihr immer wieder überraschendes Design. So hebt sich die neue Stelia vor allem durch ihr futuristisches Erscheinungsbild von anderen Kapselmaschinen ab, denn sie sieht fast wie ein Kunstwerk aus. Ein weiteres Highlight in Sachen Design ist die limitierte »Genio BMW MINI Edition«. Sie ist eine der kompaktesten Kapselmaschinen auf dem Markt. Ihre Farbgebung in schwarz und orange sowie ihr schwungvolles Design erinnern sofort an die Kultmarke. Beste Kaffeespezialitäten auf kleinstem Raum bieten die Kapselmaschinen von Nespresso: Dank des neuen Soft-Touch-Bedienfelds ist mit der Lattissima Touch jeder sein eigener Barista. Perfekter Ristretto, Espresso, Lungo, Cappuccino oder Latte Macchiato gelingen auf Knopfdruck. Die Pixie Clips bekennt Farbe und passt sich mit ihren auswechselbaren Seitenteilen in verschiedenen Farben und Strukturen jedem Küchendesign an. Außerdem haben wir noch die Inissia im Gepäck. Durch ihr kompaktes Design findet sie selbst in der kleinsten Studenten-WG ihren Platz und die aktuelle, limitierte Farbe Canary Yellow, macht einfach immer gute Laune.

electro: Gibt es Neuigkeiten bei den Klimageräten?

Strebl: Spätestens nach diesem Sommer weiß wirklich jeder, wie wichtig ein gutes Klimagerät ist. Das zeigt die sensationelle Nachfrage. Wer für das nächste Jahr vorsorgen will, sollte sich auf der IFA 2015 bereits umschauen. So fördern wir schon heute die positiven Umsatzzahlen des Handels für die kommende Saison.

electro: Und welche Neuheiten stellt De'Longhi zum Thema Kochen und Genießen vor?

Strebl: Auf der IFA ist unser MultiCooker »MultiFry« in Aktion zu sehen. Neben Pommes Frites und Kuchen kann man mit dem Grilleinsatz des neuen Modells »Extra Chef Plus« sogar Fleisch grillen und Gemüse dämpfen. Wie gut das schmeckt, kann man direkt an der Kochtheke probieren. Auch für die Inspiration beim Kochen mit dem innovativen Multicooker in den eigenen vier Wänden ist gesorgt: De'Longhi bietet eine kostenlose App mit mehr als 300 Rezepten zum Download an.

electro: Wie wird sich die Präsentation der Braun-Haushaltsprodukte dieses Jahr auf der Messe darstellen?

Strebl: Bei Braun dreht sich dieses Jahr fast alles um die neuen Dampfbügelstationen der CareStyle 5-Serie: Dank innovativer iCare-Technik kann jeder Stoff – ob Leinen oder Jeans – mit einer Einstellung gebügelt werden. So entfällt das Sortieren der Wäsche, und Wartezeiten für das Abkühlen und Erhitzen der Bügelfläche sind passé. Die Designerin Pauline Kondratuk gibt professionelle Fashiontipps und zeigt mit den neuen Dampfbügelstationen, worauf es beim Bügeln ankommt. Natürlich kommt das Thema Food Preparation auch nicht zu kurz: An der Healthy Cooking Bar unterstützen die Stand- und Stabmixer von Braun, ebenso wie der neue Handmixer MultiMix 3 mit seiner ausgeklügelten Motortechnik, tatkräftig unser Kochteam.

electro: Im Bereich der Küchenmaschinen punkten Sie mit den Kenwood-Geräten. Was gibt es hier an Neuigkeiten, und wird Johann Lafer wieder am Stand kochen, Tipps geben und die Mengen um sich scharen?

Strebl: Die Neuheiten von Kenwood bieten kompetente Unterstützung in der Küche und werden dem Trend von gesunden und hausgemachten Gerichten, obwohl die Zeit für das Kochen immer weniger wird, mehr als gerecht. So führen die intelligenten Programme des neuen Multi Cookers »kCook« zeitsparend und sicher durch die Zubereitung von gesunden und leckeren Gerichten. Und selbstverständlich verwöhnt Herr Lafer unsere Standbesucher am Messe-Freitag und -Montag mit seinen kreativen Rezepten.

Erste interaktive Generation der Vollautomaten von De'Longhi

Die »PrimaDonna Elite« ist das neue Highlight von De'Longhi. Dieser Top-Kaffeevollautomat besticht nicht nur durch seine Interaktivität sondern erfüllt sämtliche Kaffee-Wünsche

Lange vor dem ersten Schluck Kaffee stellt sich bei der PrimaDonna Elite der Genuss ein, denn der neue Kaffeevollautomat, der im Herbst gleich in zwei Ausführungen in den Handel kommt, sorgt schon während der Zubereitung für reine Freude.

Über das 4,3 Zoll große TFT Touch-Farbdisplay und jetzt auch mit der speziellen »Coffee Link App« via Smartphone lässt sich die PrimaDonna Elite einfach intuitiv bedienen. Unterstützt von dem innovativen LatteCrema Milchaufschäumsystem, stellt sie im Handumdrehen 21 Kaffee- und Milchspezialitäten inklusive Trinkschokolade, Teewasser und heiße Milch bereit. Die App ermöglicht es zudem, sechs Profile mit persönlichen Vorlieben anzulegen und weitere eigene Kaffeekreationen abzuspeichern. Die Kaffeespezialität, die dieses Gerät nicht herbeizaubern kann, muss erst erfunden werden.

Als Vertreterin der ersten, interaktiven Generation von De'Longhi-Kaffeevollautomaten, erfüllt die PrimaDonna Elite jeden Wunsch hinsichtlich Stil und Geschmack. Ein Fingertippen auf ihrem extra-großen Sensor-Touch-Bedienfeld genügt, und schon fließt eines von insgesamt 21 Heißgetränken in die Tasse. Sei es ein Espresso, ein Cappuccino oder ein Latte Macchiato. Für Freunde des klassischen Kaffees hält die PrimaDonna Elite gleich zwei Varianten zur Wahl: Der klassische große Kaffee wird im bekannten Brühverfahren zubereitet. Über die Long Coffee Funktion wird ebenfalls eine große aromatische Tasse Kaffee im Schwallbrühverfahren bei niedrigerem Druck zubereitet.

Neu ist auch die Funktion für den intensiven Cappuccino+. Er enthält mehr Kaffee als der herkömmliche Cappuccino. Da Cappuccino eine der beliebtesten Kaffeespezialitäten der Deutschen ist, besitzt die PrimaDonna Elite mit der Funktion Cappuccino Barista eine weitere Raffinesse. Indem erst der Kaffee in die Tasse gelangt und anschließend die Milch in die Tasse geschäumt wird, definiert sich der Cappuccino zuhause völlig neu und schmeckt wie in einer italienischen Bar. Zudem glänzt das Gerät mit seiner Trinkschokoladen-Funktion. Jeden dieser Getränkewünsche – und noch einige mehr – kann der Nutzer dem Gerät auch per Smartphone mitteilen.

PrimaDonna Elite Premiummodell von De'Longhi

Die PrimaDonna Elite vereint Geschmack mit smarten Ideen wie Farbdisplay und »Coffee Link App« sowie weitere Raffinessen wie das Latte Crema System und den Thermo-Milchbehälter

Coffee Link App Bedienung via Smartphone

Zeitgemäß sind dank der »Coffee Link App« die Kaffeeliebhaber mit ihrer Prima Donna Elite stets interaktiv verbunden. Über die Kaffeewelt in der App etwa finden sie immer neue Rezepte, die sie individuell anpassen und in bis zu sechs Nutzerprofile integrieren können. In diesen Profilen lassen sich auch ganz persönliche Kaffeewünsche abspeichern, etwa das bevorzugte Verhältnis von Kaffee und Milch im Cappuccino. Selbst gänzlich neue und eigene Kaffeekreationen lassen sich ebenso schnell und intuitiv mit der App erstellen und speichern. Kein Vollautomat hat seine Nutzer je besser gekannt als die PrimaDonna Elite. Die Coffee App ermöglicht es außerdem, einfach und schnell alle Einstellungen des Geräts zu ändern und das interaktive Bedienungshandbuch zu nutzen, das Zugang zu Servicevideos bietet. Nicht zuletzt unterstützt die App Wartung und Pflege, denn sie signalisiert, wenn die Maschine entkalkt werden muss.

Speziell für die PrimaDonna Elite haben die Produktdesigner von De'Longhi auch ihr patentiertes Milchaufschäumsystem LatteCrema weiterentwickelt. Wie die Freunde italienischer Kaffeekunst wissen, gerät der Milchschaum umso besser, je frischer und kühler die Milch ist. Daher gehört zur PrimaDonna Elite jetzt ein doppelwandiger Thermo-Behälter, in dem die Milch auch außerhalb des Kühlschranks stundenlang kühl und frisch bleibt.

Die Qualität von De'Longhi zeigt sich auch bei der PrimaDonna Elite im Detail. Um nur einige Beispiele zu nennen: das geräuscharme Kegelmahlwerk, das sich auf 13 Mahlgrade einstellen lässt, oder die kompakte Brühgruppe. Das Herz der Maschine sorgt bei jeder Kaffeespezialität für den exakt richtigen Pumpendruck und die richtige Temperatur. Zudem ist die Brühgruppe herausnehmbar und leicht zu reinigen, steht also für ein Höchstmaß an Hygiene. Das gleiche gilt jetzt auch für die Auffangschale mit ihrem herausnehmbaren Steg. All das kleidet De'Longhi in ein Gehäuse aus gebürstetem Edelstahl, das durch seine zeitlos schlichte und zugleich ergonomische Formgebung überzeugt.

Die PrimaDonna Elite erscheint in zwei Varianten: Während das Topmodell ECAM 656.75.MS über einen großen Touchscreen verfügt, kommt die ECAM 656.55. MS mit einem kleineren Display und Direktwahltasten für die einzelnen Kaffeespezialitäten. Jede von ihnen ist ein Blickfang im Haushalt – und eine Freundin, die alle Kaffeeträume ihres Nutzers kennt.

Weitere Kaffeeneuheiten wie die futuristische Nescafé Dolce Gusto Stelia werden am IFA-Stand von De'Longhi gezeigt. Auch mit dabei ist der vielseitige Küchenhelfer MultiFry, der Multicooker, Heißluftfritteuse und Grill in einem Gerät vereint.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

De'Longhi
Halle 1.1/Stand 202

Typisch Braun: Kraftvoll, aber leicht – vielseitig, aber kompakt

Die neuen Handmixer aus der Braun-Serie MultiMix 3 glänzen auf der IFA 2015 mit durchdachter Ergonomie sowie vielseitigen Zubehörteilen. Neben dem typischen Braun-Design ist es vor allem die besondere Ergonomie durch die vertikale Motortechnologie, die die Elektrokleingeräte dieser Serie auszeichnet

Braun Handmixer MultiMix 3

- **HM 3135,** 500 Watt, Knethaken, Rührbesen, Pürierfuß, Zerkleinerer, Mix- und Messbecher zum UVP von 69,99 Euro
- **HM 3105**, 500 Watt, Knethaken, Rührbesen, Pürierfuß, Mix- und Messbecher zum UVP von 64,99 Euro
- **HM 3000**, 450 Watt, Knethaken, Rührbesen zum UVP von 54,99 Euro

Anders als bei herkömmlichen Handmixern ist der Motor der Serie MultiMix 3 vertikal ausgerichtet. Er befindet sich an der Vorderseite des Geräts, vor dem Handgriff und direkt über den auswechselbaren Mixelementen. Dadurch verlagert sich das Gewicht an die richtige Stelle, sodass der Nutzer weniger Kraft benötigt. Zusätzlich bieten die neuen Braun Handmixer mit ihren zahlreichen Zubehörteilen die perfekte Kombination, um eine Vielzahl unterschiedlichster Speisen im Handumdrehen zuzubereiten.

Je nach Modell verfügt die Serie Multi Mix 3 über umfangreiches Zubehör: Edelstahl-Rührbesen und Edelstahl-Knethaken, einen 500 Millilter Zerkleinerer, einen Pürierfuß und einen 600 Millilter Mix- und Messbecher. Dabei können alle Zubehörteile über dieselbe Anschlussstelle und einfach auf das Motorteil aufgesteckt werden. Was auch immer gerade gemixt, gerührt, zerkleinert oder geknetet wird, die gewohnte Handposition kann beim Arbeiten stets beibehalten werden. Das Drehrad ermöglicht es, alle Geschwindigkeitsstufen bequem mit einer Hand einzustellen und unabhängig vom verwendeten Zubehör zu verwenden. Außerdem ist dank der Funktion ComfortClick ein schneller Wechsel des vielfältigen Zubehörs jederzeit machbar. Die Rührbesen und Knethaken werden bequem vorne an der einzigen, gemeinsamen Anschlussposition angebracht. Beim HM 3135 und beim HM 3105 können so auch der Pürierfuß und der Zerkleinerer angeschlossen werden.

Küchenklassiker
MultiMix 3 für flexible Anwendung

Um perfekte Kuchen, Torten oder Desserts auf den Tisch zu zaubern, verbindet die Handmixer-Serie MultiMix 3 technische Raffinesse mit ausgeklügeltem Design

Die von Braun selbst entwickelten Motoren mit 450 Watt bzw. 500 Watt überzeugen auch durch ihre Leistungsstärke: Sie bieten fünf variable Geschwindigkeitsstufen sowie eine Turbo-Funktion. Um die Lebenszeit des Motors möglichst zu verlängern, haben die Designer von Braun ein besonders abgedichtetes Gehäuse geschaffen. Es erleichtert die Reinigung des Geräts und schützt den Motor vor Feuchtigkeit, Staub oder Mehl.

CareStyle 5 Pro von Braun

Kompromisslos zu Falten, sanft zu den Textilien

Mit einem wahren Kraftpaket erweitert Braun im Herbst sein Sortiment an Dampfbügelstationen um das extra starke Pro-Modell CareStyle 5. Dieses punktet mit intelligenter iCare-Technologie und kraftvollem 7,5 Bar Dampfdruck für höchste Ansprüche. Dabei setzt der neue Bügler mit 2.400 Watt bis zu 125 Gramm pro Minute konstanten Dampf gleichmäßig über die gesamte Premium Saphir 3D Back Glide Bügelsohle frei. Auf diese Weise durchdringt der Dampf die Textilien tiefenwirksam und glättet Falten noch wirkungsvoller.

Die abgerundeten Kanten der Bügelsohle garantieren dabei eine perfekte 360 Grad Gleitfähigkeit und gleiten über jedes Hindernis in jede Richtung, sogar rückwärts. Mit einem starken Dampfstoß von 400 Gramm in der Minute gelingt das Glätten selbst hartnäckiger Falten oder hängender Kleidung schnell und perfekt. Die Benutzung der Turbo-Taste erhöht die Temperatur und den Dampfausstoß an der Bügelsohle und glättet auch Falten in Stoffen wie Leinen oder starker Baumwolle, die sonst nur schwer zu entfernen sind, bereits beim ersten Bügelzug.

CareStyle 5
Dampfbügler für perfekte Ergebnisse

Wer in puncto Ausstattung, Zeitersparnis und faltenfreier Wäsche keine Kompromisse eingehen möchte, der bekommt mit den neuen Care Style 5 Pro Modellen die perfekte Haushaltshilfe

Wie alle CareStyle 5 Geräte spart auch das neue Pro-Modell das aufwendige Vorsortieren der Wäsche. Die iCare-Technologie bietet im »Normal«-Modus automatisch die ideale Bügeltemperatur. So kann die zarte Seidenbluse nach dem robusten Jeanshemd gebügelt werden, ohne dass man warten muss, bis die Bügelsohle abgekühlt ist. Zwei Minuten nach dem Einschalten ist das Gerät gleich betriebsbereit. So beansprucht das Bügeln mit der CareStyle 5 Pro nur halb so viel Zeit wie mit einem Dampfbügeleisen.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Braun
Halle 1.1/Stand 202

Gesund essen mit der Familie Mit dem neuen »kCook« von Kenwood wird Kochen zum Kinderspiel

Kernkompetenz Kochen

Kenwood zeigt mit dem »kCook« auf der IFA Koch-Komfort im Alltag

Heute will jede Minute gut genutzt sein, um Job, Familie und Haushalt unter einen Hut zu bringen. Wer dann auch noch Wert auf selbst gekochte, gesunde Speisen mit frischen Zutaten legt, hat mit dem neuen »kCook« eine clevere Küchenhilfe an der Seite

Bei diesem Multi Cooker genügt ein Knopfdruck und die kompakte Küchenmaschine mit Kochfunktion zerkleinert, kocht und dämpft, was das Herz begehrt. Dabei wird der Koch von drei vorprogrammierten Kochfunktionen, drei Temperatureinstellungen und drei Rührgeschwindigkeiten unterstützt, mit denen eine riesige Auswahl an leckeren Rezepten für jeden Tag gekocht werden kann. Lieblingsgerichte wie Risotto, Sauce Bolognese oder Ratatouille gelingen mit dem »kCook« fast wie von selbst. Dabei ist die Kochschüssel aus robustem Edelstahl mit 1,5 Liter gross genug, um eine hungrige Familie satt zu bekommen.

Besonders gesund sind Gemüse, Fisch und Fleisch, wenn man sie dämpft, denn durch diese schonende Zubereitung bleiben wertvolle Vitamine, Mineralstoffe und Aromen erhalten. Eigengeschmack und Form der Speisen bleiben bestehen und gerade Gemüse und Obst behalten ihre frische appetitliche Farbe. Deshalb bietet der »kCook« von Kenwood ein Dampfgar-Programm sowie einen Einsatz speziell zum Dämpfen. Durch die zwei weiteren vollautomatischen Kochprogramme »Eintopf+« und »Soßen/Suppen» punktet der Allrounder auch beim Köcheln leckerer Ein-Topf-Gerichte wie Gulasch oder Chili con Carne und macht als Saucier ebenfalls eine gute Figur.

Die neue Küchenmaschine mit Kochfunktion »kCook« von Kenwood ist quasi der Autopilot beim Kochen und verschafft mehr Zeit für Familie und Hobbies

Pürieren mit noch mehr Power

Wenn es um Gemüse pürieren, Sahne schlagen, Nüsse zerkleinern oder Käse raspeln geht, sind die zwei neuen Design-Stabmixer der Serie Triblade System Pro von Kenwood als zuverlässige Küchenhelfer erste Wahl. Mit ihrem 1000-Watt-Motor sind sie die leistungsstärksten Stabmixer von Kenwood. Sie mixen und pürieren einfach auf Kopfdruck – schnell und effizient. Die beiden neuen Modelle kommen im September auf den Markt.

Die Programme haben bis zu vier Kochstufen – vom Vorgaren über das Kochen bis hin zum kurzzeitigen Garen empfindlicher Zutaten. Der »kCook« zeigt an, wenn eine Stufe beendet ist und weitere Zutaten hinzugegeben werden können. Drückt man anschließend Start, beginnt die nächste Stufe des gewählten Kochprogramms – mit der richtigen Temperatur und dem optimalen Rührintervall. Wird keine neue Stufe gewählt, startet das Gerät automatisch die 30-minütige Warmhaltefunktion.

Schon bei der Vorbereitung leistet der »kCook« wertvolle Dienste, denn mit der Zerkleinerungsfunktion und dem Messereinsatz wird das Gemüse ruckzuck direkt in der Kochschüssel geschnitten. Die punktgenaue Hitze in den verschiedenen Kochphasen liefern die drei Temperatureinstellungen zum Erwärmen (65 Grad), Köcheln (92 Grad) und Kochen (100 Grad). Auch beim Rühren geben drei Einstellungen den perfekten Takt vor: konstantes Rühren zum Beispiel für Soßen sowie ein Rührintervall von fünf oder 30 Sekunden. Letztere kommt zum Beispiel bei der Zubereitung von Reis zum Einsatz.

Zeit, Temperatur und Rührgeschwindigkeit lassen sich auch ganz einfach per Knopfdruck manuell anwählen – ideal für den Fall, dass das Essen noch ein paar Minuten nachgaren muss. Mit Messereinsatz, Rührelement und Dampfgareinsatz hat die clevere Küchenhilfe alles Zubehör für ihre vielseitigen Aufgaben direkt mit an Bord. Ein hitzebeständiger Spatel und ein transparenter Messbecher machen den Lieferumfang des Multi Cookers »kCook« komplett.

Auf dem übersichtlichen Display lässt sich der Kochvorgang sicher im Auge behalten. Beispielsweise zeigt ein grünes Häkchen-Symbol im Display an, dass der »kCook« für die nächste Zeit unbeaufsichtigt bleiben kann, um die Zeit währenddessen für wichtigere Dinge zu nutzen. Die Kochprogramme werden nach Fertigstellung automatisch beendet und wenn Spiele oder Hausaufgaben ein bisschen länger dauern, hält der Multi Cooker das Essen schön warm.

Auch beim Saubermachen zeigt sich die »kCook« als echte Küchenperle, denn nach dem Kochen können alle abnehmbaren Teile samt Kochschüssel, Deckel und Dichtungsring einfach in die Spülmaschine wandern. Das Quickstart-Rezeptbuch und eine praktische Rezepte-App liefern neben Koch-Ideen für jeden Tag viele Tipps & Tricks für die gesunde Küche. Eine Bedienungs-DVD für den Einstieg in den neuen Kochkomfort rundet die Ausstattung ab. Der Kenwood »kCook« CC-C200WH ist im Handel zum UVP von 399 Euro erhältlich.

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

Kenwood
Halle 1.1/Stand 202

Nr. 9 | 2015 • 4 Euro

CEMarkt

www.ce-electro.de

electro

Das Business-Magazin für Home & Mobile Electronics

De'Longhi Top-Themen:

Kaffee: Der Star ist die PrimaDonna Elite | Seite II-III

Food Preparation: Braun glänzt mit MultiMix 3 | Seite IV

Kochen: Cleverer Multicooker »kCook« von Kenwood | Seite V

IFA 2015

Premium-auftritt der Marken De'Longhi, Braun und Kenwood

Seite I - V